

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.10.2020 14:48:11

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452fdb603f94388008e29877a6bcbf5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»  
«УФИИ» УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»  
Факультет экономики и управления  
Кафедра «Менеджмент»**

**УТВЕРЖДАЮ**



Проректор по учебно-методической работе

*С.С. Скараник*

«01» сентября 2020 г.

Рабочая программа дисциплины

**Теория отраслевых рынков**

Направление подготовки  
**38.03.02 Менеджмент**

Квалификация выпускника  
*Бакалавр*

Для всех  
форм обучения

Симферополь 2020

## Содержание

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	5
3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	16
8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины	16
9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	17
10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	17
11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП бакалавра обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);	<p><b>Знать:</b> методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p><b>Уметь:</b> использовать методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);	<p><b>Знать:</b> экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;</p> <p><b>Уметь:</b> оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование субъектов рынка, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;</p> <p><b>Владеть:</b> способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование субъектов рынка, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса</p>

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б.1.В.02 «Теория отраслевых рынков» является одной из дисциплин вариативной части.

### 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

#### 3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий

##### Для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы 108 часов.

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа	60
Аудиторная работа (всего):	54
Лекции	26
Семинары, практические занятия	28
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	48
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	6

##### Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы 108 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа	18
Аудиторная работа (всего):	12
Лекции	4
Семинары, практические занятия	8
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	90
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	6

**4. Содержание дисциплины , структурированное по темам (разделам)  
с указанием отведенного на них количества академических часов и видов  
учебных занятий**

**4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий**

№ п/п	Наименование темы	Всего		Количество часов					
		ОФО	ЗФО	Контактная работа (аудиторная работа)				Внеаудит. работа	
				Лекции		Практические		Самост. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	2	3	4	5	6	7	8	9	11
1	Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков	22	25	6	1	6	2	10	22
2	Структура отраслевых рынков. Факторы формирования рыночной структуры: отраслевые барьеры, концентрация производства	30	25	8	1	8	2	14	22
3	Стратегическое поведение фирм на отраслевых рынках	30	25	8	1	8	2	14	22
4	Ценовая дискриминация и ценовая политика фирмы на рынке	20	27	4	1	6	2	10	24
	Всего по дисциплине	102	102	26	4	28	8	48	90
	Экзамен	6	6						
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>54</b>	<b>96</b>

**4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам**

**Тема 1. Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков.**

Формирование теории отраслевых рынков как науки. Основные категории теории отраслевых рынков, их взаимосвязь. Сущность понятий «отрасль», «подотрасль», «рынок». Отраслевой рынок и его границы. Способы установления границ рынка.

Фирма в теории отраслевых рынков. Основные концепции фирмы в теории отраслевых рынков.

**Тема 2. Структура отраслевых рынков. Факторы формирования рыночной структуры: отраслевые барьеры, концентрация производства**

Структуры отраслевых рынков. Концентрация продавцов и покупателей. Структура отраслевого рынка и рыночная власть. Отраслевые барьеры, как фактор формирования рыночной структуры. Статистические показатели оценки уровня барьеров входа-выхода.

Концентрация производства. Показатели (индексы) концентрации.

Факторы формирования рыночной структуры.

### **Тема 3. Стратегическое поведение фирм на отраслевых рынках**

Монополия и ее значение на отраслевом рынке. Антимонопольная политика государства. Антимонопольная политика в развитых странах. Сущность и особенности рынка естественной монополии. Государственное регулирование естественных монополий. Поведение доминирующей фирмы на отраслевом рынке. Олигополистическая структура отраслевого рынка. Олигополистическое взаимодействие. Картельное соглашение. Условия стабильности картеля. Вертикально интегрированные структуры на отраслевых рынках. Слияния и поглощения, типы слияний.

Отраслевой рынок и дифференциация продукта.

Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков

### **Тема 4. Ценовая дискриминация и ценовая политика фирмы на рынке**

Ценовые стратегии фирмы на отраслевом рынке. Особенности ценообразования на различных типах рынка. Ценовая дискриминация: виды, условия эффективности, последствия для общественного благосостояния. Методы ценообразования, ориентированные на конкуренцию.

## **4.3. Темы практических занятий**

### **Тема 1. Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков**

Основные категории теории отраслевых рынков, их взаимосвязь. Отраслевой рынок и его границы. Способы установления границ рынка.

Фирма в теории отраслевых рынков. Основные концепции фирмы в теории отраслевых рынков.

### **Тема 2. Структура отраслевых рынков. Факторы формирования рыночной структуры: отраслевые барьеры, концентрация производства**

Структура отраслевого рынка и рыночная власть. Факторы формирования рыночной структуры. Отраслевые барьеры. Статистические показатели оценки уровня барьеров входа-выхода. Концентрация производства. Показатели (индексы) концентрации.

### **Тема 3. Стратегическое поведение фирм на отраслевых рынках**

Монополия и ее значение на отраслевом рынке. Сущность и особенности рынка естественной монополии. Поведение доминирующей фирмы на отраслевом рынке. Олигополистическая структура отраслевого рынка. Олигополистическое взаимодействие. Картельное соглашение. Вертикально интегрированные структуры на отраслевых рынках. Слияния и поглощения, типы слияний.

Отраслевой рынок и дифференциация продукта.

Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков

#### **Тема 4. Ценовая дискриминация и ценовая политика фирмы на рынке**

Ценовые стратегии фирмы на отраслевом рынке. Особенности ценообразования на различных типах рынка. Ценовая дискриминация: виды, условия эффективности, последствия для общественного благосостояния. Методы ценообразования, ориентированные на конкуренцию.

#### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Тема (разделы)	Содержание заданий, выносимых на СРС	Кол-во часов ОФО	Кол-во часов ЗФО	Учебно-методическое обеспечение
1	Предмет и методология теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков	10	22	Учебно-методическое пособие
2	Структура отраслевых рынков. Факторы формирования рыночной структуры: отраслевые барьеры, концентрация производства	14	22	Учебно-методическое пособие
3	Стратегическое поведение фирм на отраслевых рынках	14	22	Учебно-методическое пособие
4	Ценовая дискриминация и ценовая политика фирмы на рынке	10	24	Учебно-методическое пособие

В процессе самостоятельного изучения дисциплины осуществляются следующие виды работ:

- подготовка к семинарам и опросам;
- подготовка к тестированию, в том числе, контрольному;
- подготовка рефератов.

#### **6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

##### **6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине**

##### **Компетенция ПК-3**

владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

##### **Этапы формирования компетенции**

Знает	Умеет	Владеет
методы стратегического анализа, разработки и	использовать методы стратегического анализа,	навыками стратегического анализа, разработки и

осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30).	разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30).	осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30).
<b>Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания</b>		
Знает, если выполнил: 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30). Умеет, если выполнил: 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30). Владеет, если выполнил: 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30).		

### Компетенция ПК-9

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли		
<b>Этапы формирования компетенции</b>		
Знает	Умеет	Владеет
экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30).	оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование субъектов рынка, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30).	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование субъектов рынка, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30).
<b>Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания</b>		
Знает, если выполнил: 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30). Умеет, если выполнил: 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30). Владеет, если выполнил: 6.2.1. (1-60); 6.2.2. (1-30); 6.2.3. (1-30).		

## 6.2 Типовые контрольные задания или иные материалы

### 6.2.1. Вопросы к экзамену:

- 1) Понятие отрасли, подотрасли.
- 2) Понятие отраслевого рынка.
- 3) Взаимосвязь отраслевого рынка с региональным рынком.
- 4) Концепции возникновения фирмы.
- 5) Типология фирм.
- 6) Прибыль, как основная цель деятельности фирмы.



- 7) Альтернативные цели фирм.
- 8) Уровни и оценка концентрации отраслевых рынков.
- 9) Рыночная власть фирмы и ее показатели.
- 10) Границы рынка и способы их установления.
- 11) Организационные формы отраслевого рынка.
- 12) Факторы, определяющие структуру рынка.
- 13) Сущность отраслевых барьеров, их классификация.
- 14) Общее представление о структуре отраслевого рынка.
- 15) Ценовые и неценовые стратегии, ограничивающие вход на отраслевой рынок.
- 16) Вертикальная интеграция, как фактор формирования рыночной структуры.
- 17) Понятие и виды дифференциации продукта.
- 18) Измерение дифференциации продукта.
- 19) Модель Чемберлина дифференциации продукта.
- 20) Модель «линейного города» (модель Хотеллинга).
- 21) Модель Хотеллинга с квадратичным ростом транспортных расходов.
- 22) Модель Хотеллинга с фиксированными ценами.
- 23) Модель «кругового города».
- 24) Модель Ланкастера: товар как совокупность характеристик.
- 25) Методика исследования рыночных структур: различие подходов.
- 26) Конкуренция на отраслевых рынках: общие понятия.
- 27) Олигополия как господствующая форма отраслевых рынков: классические модели олигополии.
- 28) Сущность парадокса Бертрана.
- 29) Сущность модели Курно.
- 30) Сущность модели Штакельберга.
- 31) Картельные соглашения. Условия и факторы стабильности картеля.
- 32) Экономические теории олигопольного ценообразования.
- 33) Условия, способствующие координации олигополий.
- 34) Условия, ограничивающие олигопольную координацию.
- 35) Характеристика рынка с доминирующей фирмой.
- 36) Ценовое лидерство доминирующей фирмы (модель Форхаймера)
- 37) Кооперативные стратегии поведения крупных фирм.
- 38) Понятия «монополия» и «естественная монополия».
- 39) X-эффективность и X-неэффективность монополии: основные подходы.
- 40) Преимущества в издержках в условиях монополии.
- 41) Особенности рынка естественной монополии.
- 42) Основные методы государственного регулирования рынка естественной монополии.
- 43) Коэффициенты, позволяющие оценить уровень монопольной власти.
- 44) Ценообразование в условиях монополии: последствия монопольной власти.
- 45) Направления трансформации монополий.
- 46) Ценовая стратегия фирмы «издержки-плюс».
- 47) Сезонное ценообразование (по пиковой нагрузке).
- 48) Ценовая дискриминация: сущность и виды.

- 49) Статические и динамические модели ценообразования, ограничивающие вход.
- 50) Роль и значение информации на рынках.
- 51) Последствия неполноты и асимметрии информации.
- 52) Асимметричная информация о качестве товара (модель «рынка лимонов» Дж. Акерлофа).
- 53) Асимметричная информация о ценах: модель «ловушка для туристов».
- 54) Реклама на различных типах рыночных структур.
- 55) Сущность, виды интеграции. Аутсорсинг
- 56) Вертикальные ограничения и сетевые структуры.
- 57) Промышленная политика государства в отношении рыночных структур.
- 58) Понятие и типы отраслевой политики.
- 59) Принципы построения антимонопольной политики государства.
- 60) Специфика теневых рынков.

### **6.2.2 Темы рефератов:**

- 1) Историко-экономические основы анализа отраслевой организации рынков.
- 2) Основные школы и направления в теории отраслевых рынков.
- 3) Отраслевые классификации и их критерии.
- 4) Сущность отраслевого рынка и подходы к определению его границ.
- 5) Генезис основных теорий и концепций рынка
- 6) История развития отраслевой структуры экономики
- 7) Жизненный цикл отрасли
- 8) Особенности концепций возникновения фирмы
- 9) Организационные структуры управления и их характеристики.
- 10) Классификация и характеристика видов фирм.
- 11) Взаимосвязь структуры рынка, поведения фирмы и результативности отрасли.
- 12) Экономическая сущность и основные признаки фирмы.
- 13) Технологическая концепция фирмы.
- 14) Экономическая природа эффекта масштаба.
- 15) Иерархия целей деятельности фирм и роль прибыли.
- 16) Трансакционные издержки и издержки контроля.
- 17) Контрактная концепция фирмы.
- 18) Процесс концентрации продавцов на отраслевом рынке и её показатель.
- 19) Индекс Херфиндаля-Хиршмана и его особенности.
- 20) Отраслевые барьеры входа как центральная динамическая характеристика отрасли
- 21) Процесс концентрации продавцов на отраслевом рынке и её показатель.
- 22) Модели пространственной продуктовой дифференциации.
- 23) Экономическая роль и модели горизонтальной дифференциации продукта.
- 24) Экономическая роль и характеристика вертикальной дифференциации продукта.
- 25) Виды и классификация слияний и поглощений.

- 26) Естественная интеграция и интеграция на отраслевом рынке.
- 27) Классическая и естественная монополии: различие между ними.
- 28) Эволюция антимонопольного законодательства в развитых странах.
- 29) Особенности антимонопольного законодательства в России.
- 30) Российский монополизм и последствия приватизации экономики.

### 6.2.3 Тестовые задания:

- 1. Что не входит в общепринятую классификацию рыночных структур?**
  - А) монополия;
  - Б) олигополия;
  - В) теневой бизнес;
  - Г) совершенная конкуренция.
- 2. Олигополия – это:**
  - А) содружество частных предприятий;
  - Б) тип рыночной структуры;
  - В) фирма монополист;
  - Г) способ интеграции производств.
- 3. Что НЕ относится к нестратегическим барьерам отраслевого рынка?**
  - А) стратегическое ценообразование;
  - Б) вертикальная интеграция;
  - В) диверсификация деятельности фирмы;
  - Г) дифференциация товаров.
- 4. Близкие товары, на производство которых используются однородные ресурсы и схожие технологии – это:**
  - А) идентичные;
  - Б) субституты;
  - В) однородные;
  - Г) взаимозаменяемые.
- 5. К нестратегическим барьерам входа на рынок относится интеграция:**
  - А) горизонтальная;
  - Б) прямая;
  - В) вертикальная;
  - Г) условная.
- 6. Что НЕ оказывает влияния на структуру промышленности?**
  - А) научно-технический прогресс;
  - Б) численность населения;
  - В) уровень культуры и материального состояния населения;
  - Г) экономическая политика государства.
- 7. К ценовым барьерам относится:**
  - А) дополнительное инвестирование;
  - Б) применение запретительных цен;
  - В) дифференциация продукции;
  - Г) вертикальная интеграция.

**8. Ситуация на рынке, когда информация о качестве товара известна только продавцу этого товара – это:**

- А) неполная, но симметричная информация;
- Б) неполная и асимметричная информация;
- В) полная и симметричная информация;
- Г) нет правильного ответа.

**9. Какой из показателей НЕ характеризует оценку эффективности размещения производства?**

- А) коэффициент опережения;
- Б) капитальные вложения;
- В) уровень обеспеченности продукции;
- Г) приведенные затраты.

**10. Укажите показатель, не характеризующий отраслевую структуру промышленности:**

- А) доля отдельной отрасли в общем объеме промышленного производства;
- Б) коэффициент опережения;
- В) соотношение между добывающими и перерабатывающими отраслями;
- Г) капитальные вложения.

**11. Изучение отраслевых рынков с позиций определенного товара и определение границ рынка данного товара было предложено:**

- А) Кейнсом;
- Б) Кузнецом;
- В) Робинсоном;
- Г) Марксом.

**12. Выберите из ниже перечисленного факторы, не относящиеся к объектам сделок:**

- А) товарные;
- Б) производственные;
- В) финансовые;
- Г) территориальные.

**13. Что из ниже перечисленного НЕ относится к типологии границ разделения рынков?**

- А) локальные;
- Б) финансовые;
- В) временные;
- Г) продуктовые.

**14. Что НЕ относится к формам существования концентрации?**

- А) разнородное производство на предприятии;
- Б) производство однородной продукции;
- В) комбинирование в рамках одного предприятия
- Г) специализация производства.

**15. Отдельным сектором экономики НЕ выделяют:**

- А) домашнее хозяйство;
- Б) госучреждения;
- В) фирма;
- Г) строительство.

**16. Россия занимает первое место в мире по:**

- А) добыче природного газа;
- Б) добыче нефти;
- В) производству бумаги;
- Г) производству листового проката.

**17. Какой из барьеров входа на рынок является стратегическим?**

- А) дифференциация продукта;
- Б) эластичность и темпы роста спроса;
- В) применение запретительных цен;
- Г) иностранная конкуренция.

**18. Несмотря на жесткие репрессивные меры, принимаемые правоохранительными органами против дельцов теневой экономики, она возрождается вновь, потому что:**

- А) законы, защищающие легальную экономику, несовершенны;
- Б) теневая экономика удовлетворяет определенный спрос на товар и услуги;
- В) прибыли от подпольного бизнеса очень велики;
- Г) все ответы верны.

**19. Процессы развития рынка в парадигме «структура-поведение-результат» определяются:**

- А) специфическими условиями производства и потребления товара;
- Б) макроэкономическими условиями развития рынка;
- В) изменением конъюнктуры рынка;
- Г) все ответы верны.

**20. Какой коэффициент выражает отношение темпа роста отрасли или отдельного комплекса к темпу роста всей промышленности?**

- А) общих капитальных вложений;
- Б) полной себестоимости;
- В) опережения;
- Г) приведенных затрат.

**21. Для оценки сырьевого фактора и регионального потребления продукции новых промышленных объектов используется метод:**

- А) зонирования;
- Б) сравнительной вариантной оценки;
- В) опережения;
- Г) оценки взаимодействующих факторов.

**22. Под сектором экономики понимается совокупность \_\_\_\_\_ единиц, имеющих сходные экономические цели, функции и поведение.**

- А) хозяйственных;
- Б) отраслевых;
- В) институциональных;
- Г) экономических.

**23. Расположите рыночные структуры в зависимости от степени конкуренции:**

- А) чистая (совершенная) конкуренция;
- Б) олигополия;
- В) монополия;
- Г) монополистическая конкуренция.

**24. Затраты (явные и неявные) на обеспечение выполнения внешних контрактов – это:**

- А) издержки контроля;
- Б) постоянные издержки;
- В) транзакционные издержки;
- Г) неявные издержки.

**25. Фирма является монополией, если она устанавливает цену:**

- А) на уровне предельного дохода;
- Б) на уровне предельных издержек;
- В) исходя из кривой спроса;
- Г) максимальную из возможных.

**26. Рыночная власть – это способность:**

- А) устанавливать цены выше предельных издержек в долгосрочном периоде;
- Б) устанавливать высокие цены;
- В) устанавливать барьеры для вступления в отрасль;
- Г) все ответы правильные.

**27. Укажите характерную ситуацию на рынке при монополии:**

- А) одному покупателю противостоит множество продавцов;
- Б) один продавец против множества покупателей;
- В) ограниченному числу покупателей противостоит множество продавцов;
- Г) один продавец и один покупатель.

**28. Укажите характерную ситуацию на рынке при олигополии:**

- А) небольшое число достаточно крупных продавцов противостоит массе относительно мелких покупателей;
- Б) одному покупателю противостоит множество продавцов;
- В) ограниченному числу покупателей противостоит множество продавцов;
- Г) один продавец против множества покупателей.

**29. Чистые потери от монопольной власти тем выше:**

- А) чем выше эластичность спроса при цене, которую назначает монополист;
- Б) чем выше общая выручка монополиста;
- В) чем выше индекс Лернера монопольной власти, отражающий долю прибыли в цене;
- Г) все ответы верны.

**30. Укажите характерную ситуацию на рынке при монополии:**

- А) один продавец против множества покупателей;
- Б) одному покупателю противостоит множество продавцов;
- В) ограниченному числу покупателей противостоит множество продавцов;
- Г) небольшое число достаточно крупных продавцов противостоит массе относительно мелких покупателей;
- Д) один продавец и один покупатель.

**Ключи к тестам:**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
В	Б	А	Б	В	Б	Б	Б	А	Г	В	Г	Б	Г	Г
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Б	В	Г	Г	В	А	В	АГБВ	В	В	А	А	А	Г	А

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### ***а) основная литература:***

- 1) Самсонова М.В. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс]: практикум/ Самсонова М.В., Белякова Е.А. — Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 135 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33670>.— ЭБС «IPRbooks»
- 2) Шабашова Л.А. Теория отраслевых рынков: Опорный конспект лекций. — Симферополь: АНО "ООВО "УЭУ", 2018. — 108 с.

### ***б) дополнительная литература:***

- 1) Заздравных А. В. Теория отраслевых рынков: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Заздравных А. В., Е. Ю. Бойцова. — М.: Юрайт, 2017. — 288 с.
- 2) Лебедев, О.Т. Экономика отраслевых рынков : учеб. пособ./ О.Т. Лебедев. - Электрон. текстовые дан. — СПб: Санкт-Петербургский гос. университет, 2011. - 340 с

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://economics.boom.ru/> – материалы по экономике отраслевых рынков.
2. <http://www.iet.ru/publication.php?jel-code=L&folder-id=44> – публикации сотрудников Института экономики переходного периода, посвященные организации отраслевых рынков.
3. <http://gallery.economicus.ru> – материалы об экономистах и направлениях экономической теории. – Центр стратегических разработок.
4. <http://www.economy.gov.ru> – Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации.
5. <http://www.ecsoman.edu.ru> – Федеральный образовательный портал – ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ – учебные материалы.
6. <http://rating.rbc.ru> – Раздел Интернет-портала Росбизнесконсалтинг, посвященный представлению рейтингов, составляемых по различным критериям (в том числе рейтингов по основным участникам некоторых отраслевых рынков).
7. <http://www.gks.ru> – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ.
8. <http://www.seinstitute.ru/> - Сайт института «Экономическая школа» - большой перечень полнотекстовых учебников и статей по экономической тематике.

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

При проведении лекций, практических занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

- 1) Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.
- 2) Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако, во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, имеется возможность использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.

Выполнение расчетно-графических работ может проводиться в компьютерном классе.