

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Вишневский Дмитрий Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.04.2025 11:55:50
Уникальный программный ключ:
03474917c4d012283e5ad996a0b130b45

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНОБРНАУКИ РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНБАССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ДонГТУ»)

Факультет экономики, управления и лингвистического
сопровождения
Кафедра менеджмента



УТВЕРЖДАЮ
И.о. проректора
по учебной работе
Д.В. Мулов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Теория отраслевых рынков
(наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления)

Международный менеджмент
(профиль подготовки)

Квалификация бакалавр
(бакалавр/специалист/магистр)

Форма обучения очная, очно-заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Алчевск, 2024

1 Цели и задачи изучения дисциплины

Цели освоения дисциплины: освоение обучающимися закономерностей функционирования отраслей и рынков, методологии отраслевого анализа и анализа рыночных структур, отработка навыков исследования и прогнозирования последствий принимаемых решений отдельными субъектами рынка, оценки эффективности мер государственной политики в отношении регулирования рынков и отраслей.

Задачи изучения дисциплины:

- проведение отраслевого анализа и анализа рыночных структур;
- исследование и прогнозирование последствий принимаемых решений отдельными субъектами рынка;
- понимание закономерностей функционирования отраслей и рынков;
- оценка эффективности мер государственной политики в отношении регулирования рынков и отраслей.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных компетенций (ОПК-2); профессиональных компетенций (ПК-10) выпускника.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Логико-структурный анализ дисциплины: курс входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» по направлениям подготовки: 38.03.02 Менеджмент, профиль «Международный менеджмент».

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

Основывается на базе дисциплин: «Менеджмент», «Маркетинг», №Макроэкономика», «Основы предпринимательства».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Управление операциями экспорта-импорта», «Электронная коммерция», «Управление операциями экспорта-импорта», «Стратегический менеджмент».

Траектория формирования компетенций выделяет этапы формирования в соответствии с учебным планом, при этом соблюдается принцип нарастающей сложности. Основными этапами формирования компетенций при изучении дисциплины «Теория отраслевых рынков» является последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) дисциплины. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 ч.), практические (36 ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ч.).

Дисциплина изучается для очной формы обучения на 3 курсе в 5 семестре. Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Для очно-заочной формы обучения программой дисциплины предусмотрены лекционные (10 ак.ч.), практические (10 ак.ч.) занятия и самостоятельная работа студента (124 ак.ч.).

Дисциплина изучается для заочной формы обучения на 3 курсе в 5 семестре. Форма промежуточной аттестации – экзамен.

3 Перечень результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Процесс изучения дисциплины «Теория отраслевых рынков» направлен на формирование компетенции, представленной в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, обязательные к освоению

Содержание компетенции	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно аналитических систем.	ОПК-2.	ОПК-2.1 Знает основы математического анализа, линейной алгебры, теории вероятности, статистики, методы количественного анализа и моделирования, необходимые для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК-2.2 Умеет применять методы математического анализа, выбирать основные методы и модели для эконометрического моделирования и проводить сбор, обработку и статистический анализ данных для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК-2.3 Имеет практический опыт применения современного математического инструментария, построения эконометрических моделей, системного подхода к выбору статистических методов и информационных технологий для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
Способен участвовать в разработке стратегий организации в условиях глобальной конкурентной среды	ПК- 10.	ПК-10.1 Понимает закономерности развития мировой экономики в целом, основных международных рынков ресурсов и международных экономических отношений, основные теории, объясняющие причины и мотивы интернационализации бизнеса компании, основные теории кросс- культурного менеджмента.

		ПК-10.2 Выявляет новые возможности для бизнеса компании в глобальной экономической среде. ПК-10.3 Анализирует основные тренды в глобальной экономической среде, влияющие на конкурентоспособность национальных компаний на мировых рынках.
--	--	--

4 Объём и виды занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость учебной дисциплины составляет 4 зачётные единицы, 144 ак.ч.

Самостоятельная работа студента (СРС) включает проработку материалов лекций, подготовку к практическим занятиям, текущему контролю, выполнение индивидуального задания, самостоятельное изучение материала и подготовку к экзамену.

При организации внеаудиторной самостоятельной работы по данной дисциплине используются формы и распределение бюджета времени на СРС для очной формы обучения в соответствии с таблицей 2.

Таблица 2 – Распределение бюджета времени на СРС

Вид учебной работы	Всего ак.ч.	Ак.ч. по семестрам
		5
Аудиторная работа, в том числе:	72	72
Лекции (Л)	36	36
Практические занятия (ПЗ)	36	36
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Курсовая работа/курсовой проект	-	-
Самостоятельная работа студентов (СРС), в том числе:	72	72
Подготовка к лекциям	9	9
Подготовка к лабораторным работам	-	-
Подготовка к практическим занятиям / семинарам	18	18
Выполнение курсовой работы / проекта	-	-
Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-
Реферат (индивидуальное задание)	6	6
Домашнее задание	-	-
Подготовка к контрольной работе	6	6
Подготовка к коллоквиуму	3	3
Аналитический информационный поиск	-	-
Работа в библиотеке	-	-
Подготовка к экзамену	30	30
Промежуточная аттестация – экзамен (Э)	Э	Э
Общая трудоемкость дисциплины		
ак.ч.	144	144
з.е.	4	4

5 Содержание дисциплины

С целью освоения компетенции, приведенной в п.3 дисциплина разбита на 4 темы:

- тема 1 (Предмет и методология курса «Теория отраслевых рынков»);
- тема 2 (Развитие отраслевой дифференциации);
- тема 3 (Структура отраслевого рынка);
- тема 4 (Барьеры на отраслевых рынках).

Виды занятий по дисциплине и распределение аудиторных часов для очной и заочной формы приведены в таблице 3 и 4 соответственно.

Таблица 3 - Виды занятий по дисциплине и распределение аудиторных часов (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
1	Предмет и методология курса «Теория отраслевых рынков»	Формирование экономики отраслевых рынков (ЭОР) как науки. Становление, мотивы обособления, причины интереса к ЭОР. Этапы развития ЭОР. Концептуально теоретические истоки ЭОР (А. Смит, А. Маршалл, Э. Мэйсон, Д. Бэйн). Основные подходы к анализу ЭОР: Гарвардская школа (Э. Мэйсон, Д. Бэйн); Чикагская школа (М. Фридмен); теория институционализма (Т. Веблен, У. Митчелл); теория трансакционных издержек (О. Уильямсон); теория квазиконкурентных (состязательных) рынков (Г. Демзет, В. Баумоль); контрактная теория фирмы (Р. Коуз, О. Уильямсон). Интерес к исследованию ЭОР в России. Особенности методологии ЭОР.	8	Предмет и методология курса «Теория отраслевых рынков»	8	—	—
2	Развитие отраслевой дифференциации	Определение рынка и отрасли. Рынок и рыночная структура. Понятия: отраслевой рынок и отрасль. Границы отраслевого рынка и подходы к его определению. Классификация отраслевых рынков. Методология исследования рыночных структур. Анализ структуры рынков. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка. Структура и эффективность функционирования рынка. Динамика рынка. Воздействие экономической политики государства на динамику рынка. Рыночные структуры. Типы рыночных структур. Основные характеристики рыночных структур. Проблемы поддержки	8	Развитие отраслевой дифференциации	8	—	—

		конкурентоспособной рыночной структуры в РФ и РТ.					
3	Структура отраслевого рынка	Определение рынка и отрасли. Рынок и рыночная структура. Понятия: отраслевой рынок и отрасль. Границы отраслевого рынка и подходы к его определению. Классификация отраслевых рынков. Методология исследования рыночных структур. Анализ структуры рынков. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка. Структура и эффективность функционирования рынка. Динамика рынка. Воздействие экономической политики государства на динамику рынка. Рыночные структуры. Типы рыночных структур. Основные характеристики рыночных структур. Проблемы поддержки конкурентоспособной рыночной структуры в РФ и РТ.	10	Структура отраслевого рынка	10	—	—
4	Барьеры на отраслевых рынках	Экономическая сущность отраслевых барьеров. Причины образования отраслевых барьеров. Барьеры входа. Барьеры выхода. Научные концепции, определяющие характеристику отраслевых барьеров: структурный (Дж. Бэйн); нормативный (Чикагская школа: Дж. Стиглер); с позиции укоренившихся фирм (В. Гильберг); контрактный (Р. Коуз, А. Алчиан, О. Уильямсон). Отраслевые барьеры и структура рынка. Классификация отраслевых барьеров. Нестратегические и стратегические барьеры. Административные барьеры. Оценка административных барьеров. Направления совершенствования административного регулирования отраслевых барьеров в РФ и РТ. Социально-экономические барьеры и	10	Барьеры на отраслевых рынках	10	—	—

		гражданские барьеры. Последствия отраслевых барьеров. Экономические потери от отраслевых барьеров.					
Всего аудиторных часов			36		36	—	—

Таблица 4 - Виды занятий по дисциплине и распределение аудиторных часов (очно-заочная форма обучения)

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
1	Предмет и методология курса «Теория отраслевых рынков»	Формирование экономики отраслевых рынков (ЭОР) как науки. Становление, мотивы обособления, причины интереса к ЭОР. Этапы развития ЭОР. Концептуально теоретические истоки ЭОР (А. Смит, А. Маршалл, Э. Мэйсон, Д. Бэйн). Основные подходы к анализу ЭОР: Гарвардская школа (Э. Мэйсон, Д. Бэйн); Чикагская школа (М. Фридмен); теория институционализма (Т. Веблен, У. Митчелл); теория трансакционных издержек (О. Уильямсон); теория квазиконкурентных (состязательных) рынков (Г. Демзец, В. Баумоль); контрактная теория фирмы (Р. Коуз, О. Уильямсон). Интерес к исследованию ЭОР в России. Особенности методологии ЭОР.	2	Предмет и методология курса «Теория отраслевых рынков»	2	—	—
2	Развитие отраслевой дифференциации	Определение рынка и отрасли. Рынок и рыночная структура. Понятия: отраслевой рынок и отрасль. Границы отраслевого рынка и подходы к его определению. Классификация отраслевых рынков. Методология исследования рыночных структур. Анализ структуры рынков. Факторы, определяющие	2	Развитие отраслевой дифференциации	2	—	—

		структуру отраслевого рынка. Структура и эффективность функционирования рынка. Динамика рынка. Воздействие экономической политики государства на динамику рынка. Рыночные структуры. Типы рыночных структур. Основные характеристики рыночных структур. Проблемы поддержки конкурентоспособной рыночной структуры в РФ и РТ.					
3	Структура отраслевого рынка	Определение рынка и отрасли. Рынок и рыночная структура. Понятия: отраслевой рынок и отрасль. Границы отраслевого рынка и подходы к его определению. Классификация отраслевых рынков. Методология исследования рыночных структур. Анализ структуры рынков. Факторы, определяющие структуру отраслевого рынка. Структура и эффективность функционирования рынка. Динамика рынка. Воздействие экономической политики государства на динамику рынка. Рыночные структуры. Типы рыночных структур. Основные характеристики рыночных структур. Проблемы поддержки конкурентоспособной рыночной структуры в РФ и РТ.	4	Структура отраслевого рынка	4	—	—
4	Барьеры на отраслевых рынках	Экономическая сущность отраслевых барьеров. Причины образования отраслевых барьеров. Барьеры входа. Барьеры выхода. Научные концепции, определяющие характеристику отраслевых барьеров: структурный (Дж. Бэйн); нормативный (Чикагская школа: Дж. Стиглер); с позиции укоренившихся фирм (В. Гильберг); контрактный (Р. Коуз, А. Алчиан, О. Уильямсон). Отраслевые барьеры и структура	2	Барьеры на отраслевых рынках	2	—	—

		рынка. Классификация отраслевых барьеров. Нестратегические и стратегические барьеры. Административные барьеры. Оценка административных барьеров. Направления совершенствования административного регулирования отраслевых барьеров в РФ и РТ. Социально-экономические барьеры и гражданские барьеры. Последствия отраслевых барьеров. Экономические потери от отраслевых барьеров.					
Всего аудиторных часов			10		10	—	—

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

6.1 Критерии оценивания

В соответствии с Положением о кредитно-модульной системе организации образовательного процесса ФГБОУ ВО «ДонГТУ» (https://www.dstu.education/images/structure/license_certificate/polog_kred_modul.pdf) при оценивании сформированности компетенций по дисциплине используется 100-балльная шкала.

Перечень работ по дисциплине и способы оценивания знаний приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Перечень работ по дисциплине и способы оценивания знаний

Вид учебной работы	Способ оценивания	Количество баллов
Выполнение практических работ, работа в аудитории на занятиях	Устные ответы, решение практических заданий на занятиях	30 - 50
Прохождение тестов, письменная контрольная работа	Более 50% правильных ответов	30 - 40
Выполнение индивидуального задания	Предоставление материалов индивидуального задания (рефераты, эссе и т.д.)	0 - 10
Итого	—	60 - 100

Промежуточный контроль по дисциплине «Теория отраслевых рынков» проводится в форме устного экзамена по вопросам, представленным ниже. Экзаменационный билет включает два теоретических вопроса из приводимого ниже перечня. Экзаменационные билеты составляется таким образом, чтобы каждый вопрос относился к разным темам. Студент на экзамене может набрать до 100 баллов.

Шкала оценивания знаний при проведении промежуточной аттестации приведена в таблице 6.

Таблица 6 – Шкала оценивания знаний

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	Оценка по национальной шкале зачёт/экзамен
0-59	Не зачтено/неудовлетворительно
60-73	Зачтено/удовлетворительно
74-89	Зачтено/хорошо
90-100	Зачтено/отлично

6.2 Оценочные средства для самостоятельной работы и текущего контроля успеваемости

тема 1 Предмет и методология курса «Теория отраслевых рынков»

- 1) Что является предметом изучения курса «Теория отраслевых рынков»?
- 2) Какие основные методологические подходы используются в теории отраслевых рынков?
- 3) Чем отличается теория отраслевых рынков от микроэкономики?
- 4) Какие факторы определяют структуру отраслевого рынка?
- 5) Какие модели рыночной структуры рассматриваются в рамках теории отраслевых рынков?
- 6) Что такое барьеры для входа на рынок и какие виды барьеров существуют?
- 7) Какие показатели используются для оценки концентрации продавцов на рынке?
- 8) Как теория отраслевых рынков объясняет поведение фирм в условиях несовершенной конкуренции?
- 9) Какие факторы влияют на формирование рыночной власти фирмы?
- 10) Какие методы анализа применяются для изучения поведения фирм на отраслевых рынках?

тема 2 Развитие отраслевой дифференциации

- 1) Что такое отраслевая дифференциация и какие факторы способствуют её развитию?
- 2) Какие исторические этапы можно выделить в процессе отраслевой дифференциации экономики?
- 3) Какие отрасли экономики являются наиболее дифференцированными в современном мире?
- 4) Какие последствия для экономики может иметь высокая степень отраслевой дифференциации?

- 5) Какие механизмы государственного регулирования используются для стимулирования развития определённых отраслей?
- 6) Какие факторы влияют на конкурентоспособность отраслей в условиях отраслевой дифференциации?
- 7) Какие примеры успешной отраслевой политики вы можете привести?
- 8) Какие вызовы и проблемы связаны с процессом отраслевой дифференциации в развивающихся странах?
- 9) Какие методы анализа используются для изучения процессов отраслевой дифференциации?
- 10) Как процессы глобализации влияют на отраслевую дифференциацию и какие последствия это может иметь для национальных экономик?

тема 3 Структура отраслевого рынка

- 1) Что такое отраслевой рынок и какие основные характеристики его определяют?
- 2) Какие факторы влияют на формирование структуры отраслевого рынка?
- 3) Какие существуют модели рыночной структуры и чем они отличаются друг от друга?
- 4) Какие показатели используются для измерения концентрации продавцов на отраслевом рынке?
- 5) Как влияет уровень конкуренции на структуру отраслевого рынка и поведение его участников?
- 6) Какие барьеры для входа на отраслевой рынок могут существовать и как они влияют на его структуру?
- 7) Какие факторы определяют рыночную власть фирмы на отраслевом рынке?
- 8) Какие последствия для потребителей и экономики в целом могут иметь различные структуры отраслевых рынков?
- 9) Какие методы анализа используются для изучения структуры отраслевых рынков и оценки их конкурентной среды?
- 10) Какие тенденции наблюдаются в изменении структуры отраслевых рынков в современной экономике?

тема 4 Барьеры на отраслевых рынках.

- 1) Какие виды барьеров существуют на отраслевых рынках?
- 2) Что такое естественные барьеры и какие примеры можно привести?

- 3) Какие искусственные барьеры могут создавать компании для ограничения конкуренции?
- 4) Как законодательные и нормативные акты влияют на формирование барьеров на отраслевых рынках?
- 5) Какие экономические последствия могут иметь высокие барьеры для входа на рынок для новых игроков?
- 6) В чём заключается роль государственной политики в преодолении барьеров на отраслевых рынках?
- 7) Какие методы используют крупные компании для поддержания высоких барьеров на вход в свою отрасль?
- 8) Какие факторы могут способствовать снижению барьеров на отраслевых рынках в долгосрочной перспективе?
- 9) Как анализ барьеров на рынке помогает определить стратегию развития компании?
- 10) Какие методы и инструменты используются для оценки высоты барьеров на отраслевых рынках?

Тестовые вопросы

1. Что такое отраслевой рынок?
 - А) Совокупность предприятий, производящих однородную продукцию.
 - Б) Группа потребителей, объединённых общими потребностями.
 - В) Система экономических отношений между продавцами и покупателями.
 - Г) Совокупность организаций, занимающихся розничной торговлей.
 Ответ: А.
2. Что такое барьеры входа на рынок?
 - А) Препятствия, мешающие новым фирмам войти на рынок.
 - Б) Факторы, способствующие росту цен на продукцию.
 - В) Условия, при которых фирмы могут свободно выходить на рынок.
 - Г) Механизмы регулирования деятельности существующих фирм.
 Ответ: А.
3. Какие барьеры входа на рынок могут быть связаны с законодательством?
 - А) Патенты и лицензии.
 - Б) Высокие цены на сырьё.
 - В) Недостаток квалифицированных кадров.
 - Г) Высокие транспортные расходы.
 Ответ: А.
4. Что такое дифференциация продукции?
 - А) Процесс деления рынка на сегменты по определённым признакам.
 - Б) Различия в характеристиках товаров и услуг, производимых разными фирмами.
 - В) Стратегия ценообразования, основанная на разнице в издержках.

Г) Метод государственного регулирования цен.

Ответ: Б.

5. Что такое олигополия?

А) Рынок, на котором действует одна крупная фирма.

Б) Рынок, на котором действует небольшое число крупных фирм.

В) Рынок, на котором продукция однородна.

Г) Рынок, на котором цены устанавливаются государством.

Ответ: Б.

6. Что такое монополия?

А) Ситуация, когда на рынке действует одна фирма.

Б) Ситуация, когда на рынке действует несколько фирм.

В) Ситуация, когда продукция однородна.

Г) Ситуация, когда цены устанавливаются государством.

Ответ: А.

7. Что такое монополистическая конкуренция?

А) Рынок с большим числом продавцов, предлагающих дифференцированную продукцию.

Б) Рынок с небольшим числом продавцов, предлагающих однородную продукцию.

В) Рынок, на котором действует государственная монополия.

Г) Рынок с ограниченным доступом новых участников.

Ответ: А.

8. Что такое индекс Херфиндаля-Хиршмана (ННІ)?

А) Показатель концентрации рынка, основанный на доле рынка крупнейших фирм.

Б) Показатель эластичности спроса по цене.

В) Показатель эффективности использования ресурсов.

Г) Показатель уровня конкуренции на рынке.

Ответ: А.

9. Что такое совершенная конкуренция?

А) Рыночная структура, в которой множество продавцов предлагают однородную продукцию, и новые фирмы могут свободно входить на рынок.

Б) Рыночная структура, в которой несколько крупных фирм контролируют рынок.

В) Рыночная структура, в которой продукция дифференцирована.

Г) Рыночная структура, в которой государство регулирует цены.

Ответ: А.

10. Что такое ценовая дискриминация?

А) Продажа одной и той же продукции разным покупателям по разным ценам.

Б) Продажа товаров и услуг по ценам ниже себестоимости.

В) Установление цен на основе издержек производства.

Г) Установление цен с учётом эластичности спроса.

Ответ: А.

11. Что такое картель?

А) Форма монополистического соглашения между фирмами.

Б) Форма государственной поддержки малого бизнеса.

В) Форма государственного регулирования цен.

Г) Форма ценовой дискриминации.

Ответ: А.

12. Что такое горизонтальная интеграция?

А) Объединение фирм, работающих в одной отрасли.

Б) Объединение фирм, производящих разные товары.

В) Объединение фирм, находящихся в разных странах.

Г) Объединение фирм для совместной разработки новых технологий.

Ответ: А.

13. Что такое вертикальная интеграция?

А) Объединение фирм, работающих на разных этапах производства и сбыта продукции.

Б) Объединение фирм, производящих однородную продукцию.

В) Объединение фирм для совместного использования ресурсов.

Г) Объединение фирм для разработки новых продуктов.

Ответ: А.

14. Что такое демпинг?

А) Продажа товаров по ценам ниже себестоимости для вытеснения конкурентов.

Б) Продажа товаров по ценам выше себестоимости для получения сверхприбыли.

В) Соглашение между фирмами о разделе рынка.

Г) Соглашение между фирмами о поддержании цен на определённом уровне.

Ответ: А.

15. Что такое антитрестовское законодательство?

А) Законодательство, направленное на предотвращение монополизации рынков.

Б) Законодательство, регулирующее ценообразование на товары и услуги.

В) Законодательство, определяющее порядок слияния и поглощения компаний.

Г) Законодательство, устанавливающее правила конкуренции между фирмами.

Ответ: А.

16. Что такое неценовая конкуренция?

А) Конкуренция, основанная на различиях в качестве, дизайне, упаковке и других характеристиках продукции.

Б) Конкуренция, основанная на разнице в издержках производства.

В) Конкуренция, основанная на разнице в ценах.

Г) Конкуренция, основанная на разнице в доступности продукции для потребителей.

Ответ: А.

17. Что такое сегментация рынка?

А) Разделение рынка на отдельные сегменты по определённым критериям.

Б) Объединение рынков разных товаров и услуг.

В) Регулирование цен на товары и услуги.

Г) Определение объёма производства для каждой фирмы на рынке.

Ответ: А.

18. Что такое ценообразование на основе издержек?

А) Установление цен на основе затрат на производство и реализацию продукции.

Б) Установление цен на основе цен конкурентов.

В) Установление цен на основе спроса и предложения.

Г) Установление цен на основе государственных регулирующих механизмов.

Ответ: А.

19. Что такое реклама в контексте отраслевых рынков?

А) Инструмент неценовой конкуренции, направленный на привлечение внимания потребителей.

Б) Инструмент ценовой конкуренции, направленный на снижение цен.

В) Инструмент государственного регулирования рынка.

Г) Инструмент, не имеющий отношения к отраслевым рынкам.

Ответ: А.

20. Что такое рынок монополистической конкуренции?

А) Рынок со множеством продавцов, предлагающих дифференцированную продукцию.

Б) Рынок с несколькими крупными продавцами, предлагающими однородную продукцию.

В) Рынок, где продукция производится только государственными предприятиями.

Г) Рынок с жёсткими барьерами для входа новых участников.

Ответ: А.

21. Что такое ломанная кривая спроса?

А) Кривая спроса, отражающая изменение цены в зависимости от объёма продаж.

Б) Кривая спроса, которая имеет излом из-за различий в восприятии цен потребителями.

В) Кривая спроса, характеризующая спрос на товары первой необходимости.

Г) Кривая спроса, показывающая зависимость между ценой и спросом на рынке монополистической конкуренции.

Ответ: Б.

22. Что такое доминирующая фирма?

А) Фирма, которая контролирует значительную долю рынка.

Б) Фирма, которая производит продукцию высокого качества.

В) Фирма, которая имеет низкие издержки производства.

Г) Фирма, которая использует неценовые методы конкуренции.

Ответ: А.

23. Что такое ценовое лидерство?

А) Ситуация, когда одна фирма устанавливает цены, а другие фирмы следуют за ней.

Б) Ситуация, когда цены устанавливаются государством.

В) Ситуация, когда фирмы устанавливают цены независимо друг от друга.

Г) Ситуация, когда потребители устанавливают цены на товары и услуги.

Ответ: А.

24. Что такое естественные монополии?

А) Отрасли, в которых конкуренция невозможна или неэффективна из-за высоких барьеров входа.

Б) Отрасли, в которых продукция производится с использованием уникальных технологий.

В) Отрасли, в которых государство регулирует цены.

Г) Отрасли, в которых фирмы могут свободно входить и выходить с рынка.

Ответ: А.

25. Что такое горизонтальная дифференциация продукции?

А) Процесс создания различий в характеристиках продукции для привлечения разных групп потребителей.

Б) Процесс создания различий в ценах продукции для привлечения разных групп потребителей.

В) Процесс создания различий в доступности продукции для привлечения разных групп потребителей.

Г) Процесс создания различий в объёмах производства продукции для привлечения разных групп потребителей.

Ответ: А.

26. Что такое вертикальная дифференциация продукции?

А) Процесс создания различий в качестве продукции для привлечения разных групп потребителей.

Б) Процесс создания различий в количестве продукции для привлечения разных групп потребителей.

В) Процесс создания различий в доступности продукции для привлечения разных групп потребителей.

Г) Процесс создания различий в упаковке продукции для привлечения разных групп потребителей.

Ответ: А.

27. Что такое дуополия?

А) Ситуация на рынке, где действуют две крупные фирмы.

Б) Ситуация на рынке с большим числом продавцов.

В) Ситуация на рынке, где продукция однородна.

Г) Ситуация на рынке, где цены устанавливаются государством.

Ответ: А.

28. Что такое рыночная власть?

А) Способность фирмы влиять на цену своей продукции.

Б) Способность государства регулировать цены на товары и услуги.

В) Способность потребителей влиять на цены товаров и услуг.

Г) Способность конкурентов влиять на цены товаров и услуг.

Ответ: А.

29. Что такое стратегическое взаимодействие фирм?

А) Взаимодействие между фирмами, основанное на учёте действий конкурентов при принятии решений.

Б) Взаимодействие между фирмами, основанное на государственных регулирующих механизмах.

В) Взаимодействие между фирмами, основанное на различиях в издержках производства.

Г) Взаимодействие между фирмами, основанное на разнице в доступности ресурсов.

Ответ: А.

30. Что такое индекс концентрации (CR)?

- А) Показатель, характеризующий долю рынка, приходящуюся на определённое количество крупнейших фирм.
- Б) Показатель, характеризующий эластичность спроса на продукцию.
- В) Показатель, характеризующий эффективность использования ресурсов.
- Г) Показатель, характеризующий уровень конкуренции на рынке.

Ответ: А.

6.3 Темы для докладов (презентаций), эссе – индивидуальное

задание

- 1) Организация инфраструктуры товарного рынка.
- 2) Организация мировых отраслевых рынков.
- 3) Организация конкурентной среды и экономическая концентрация отраслевых рынков.
- 4) Организаторы отраслевых рынков.
- 5) Организация региональных отраслевых рынков.
- 6) Организация рынка автомобилей.
- 7) Организация рынка обувных товаров.
- 8) Организация рынка непродовольственных товаров.
- 9) Организация рынка продовольственных товаров.
- 10) Организация рынка парфюмерно-косметических товаров.
- 11) Организация рынка бытовой химии.
- 12) Организация рынков одежды.
- 13) Организация рынков спортивных товаров.
- 14) Организация рынков бытовой техники и электроники.
- 15) Организация рынка топливно-энергетических товаров.
- 16) Организация рынка промышленных товаров.
- 17) Организация рынка черных и цветных металлов.
- 18) Организация рынка драгоценных металлов и камней.
- 19) Организация рынка машиностроительной продукции.
- 20) Организация рынка сельскохозяйственной продукции.
- 21) Организация рынка лесобумажных товаров.
- 22) Организация и регулирование естественных монополий.
- 23) Организация рынка монополистической конкуренции.
- 24) Организация рынка олигополистической конкуренции.

Темы эссе

- 1) Исследование структуры рынка (на конкретном примере любого рынка).
- 2) Сравнительный анализ теорий конкуренции.
- 3) Тенденции изменения уровня концентрации в отрасли (на конкретном (ых) примере(ах)).
- 4) Исследование факторов, определяющих рыночную власть фирмы.
- 5) Анализ влияния эффекта масштаба на структуру рынка.
- 6) Анализ и оценка барьеров входа на рынок. Пути их снижения (на конкретном примере).

- 7) Административные барьеры входа на российских рынках.
- 8) Методика оценки разрешения или запрещения слияний. Анализ отечественного и зарубежного опыта.
- 9) Влияние слияний компаний на концентрацию производителей (продавцов) в отрасли (на конкретном (ых) примере(ах)).
- 10) Практика создания и функционирования картелей.
- 11) Особенности формирования и функционирования глобальной олигополии.
- 12) Анализ стратегии ценовой дискриминации в отрасли (на конкретном (ых) примере(ах)).
- 13) Дифференциация продукта на рынке (по выбору).
- 14) Бренд как конкурентное преимущество компании.
- 15) Ценовые войны в теории и на практике.
- 16) Добросовестная и недобросовестная ценовая конкуренция.
- 17) Вертикально интегрированные структуры (на конкретном (ых) примере(ах)).
- 18) Опыт реформирования естественных монополий в разных странах.
- 19) Опыт промышленной политики в разных странах.
- 20) Сравнительный анализ антимонопольных политик разных стран.
- 21) Структура рынка и спрос на инновации. Внешние эффекты инноваций
- 22) Анализ зависимости расходов на инновации и уровня развития стран.
- 23) Государственная политика в отношении инноваций в России и за рубежом.

6.4 Письменный опрос (контрольная работа)

- 1) Что такое монопольная власть фирмы и чем она характеризуется?
- 2) В чём особенность концентрации продавцов на рынке?
- 3) Что такое межфирменная координация и какие виды межфирменной координации существуют?
- 4) Какие показатели используются для оценки степени концентрации продавцов?
- 5) Что такое рыночный барьер и какие виды барьеров существуют?
- 6) Что такое минимальный эффективный масштаб? Как кривая средних издержек характеризует минимальный эффективный масштаб?
- 7) Какие ценовые стратегии используются для создания барьеров для входа на рынок?
- 8) Какие существуют неценовые стратегические барьеры?
- 9) Что представляет собой ценовая дискриминация? Какие виды ценовой дискриминации существуют?
- 10) Дайте определение следующим понятиям, которые используются при изучении агропродовольственного рынка: что такое монопольная власть, концентрация продавцов, межфирменная координация, рыночный барьер, минимальный эффективный масштаб, ценовая дискриминация?

Типовые задания для контрольной работы

Пример 1. Определение индекса концентрации (CR)

Задача: в отрасли действуют 5 фирм с долями рынка 40%, 20%, 15%, 15% и 10%.

Определить индекс концентрации CR3.

Решение:

Индекс концентрации CR3 — это сумма долей рынка трёх крупнейших фирм.

$$\$CR3 = 40\% + 20\% + 15\% = 75\%\$.$$

Пример 2. Расчёт индекса Херфиндаля-Хиршмана (HHI)

Задача: определить HHI для отрасли с пятью фирмами, имеющими рыночные доли 40%, 20%, 15%, 15% и 10%.

Решение:

$$\begin{aligned} \$HHI &= (40^2 + 20^2 + 15^2 + 15^2 + 10^2) / 100^2 = (1600 + 400 + 225 + 225 + 100) / 10000 \\ &= 2550 / 10000 = 0,255\$. \end{aligned}$$

Пример 3. Определение барьеров входа в отрасль

Задача: какие барьеры могут препятствовать входу новых фирм в отрасль с высокими технологиями?

Решение:

Барьеры могут включать в себя высокие начальные инвестиции, необходимость наличия патентов и лицензий, сложность доступа к технологиям и специализированным ресурсам, а также высокие затраты на исследования и разработки.

Пример 4. Анализ монопольной власти

Задача: фирма имеет рыночную долю 80%. Определить её индекс Лернера, если предельные издержки составляют 50 единиц, а цена товара — 100 единиц.

Решение:

Индекс Лернера $\$L = (P - MC) / P\$$, где $\$P\$$ — цена товара, $\$MC\$$ — предельные издержки.

$$\$L = (100 - 50) / 100 = 0,5\$.$$

Пример 5. Расчёт эластичности спроса по цене

Задача: при изменении цены товара с 100 до 120 единиц, объём спроса снизился с 100 до 80 единиц. Определить эластичность спроса по цене.

Решение:

$\$E_d = \frac{\Delta Q / Q_1}{\Delta P / P_1}\$, где $\$Q_1\$$ и $\$Q_2\$$ — начальный и конечный объём спроса, $\$P_1\$$ и $\$P_2\$$ — начальная и конечная цена.$

$$\$E_d = \frac{(80 - 100) / 100}{(120 - 100) / 100} = -0,2 / 0,2 = -1\$.$$

Пример 6. Определение оптимального объёма производства в условиях монополии

Задача: функция спроса на продукцию монополиста имеет вид $\$Q = 100 - P\$, а функция общих издержек $\$TC = 2Q^2\$. Определить оптимальный объём производства и цену.$$

Решение:

Для максимизации прибыли монополист должен установить цену и объём производства так, чтобы предельный доход $\$MR\$$ равнялся предельным издержкам $\$MC\$.$

$$\$MR = 100 - 2Q\$, $\$MC = 4Q\$.$$$

$$\$100 - 2Q = 4Q\$, $\$Q = 20\$, $\$P = 100 - Q = 80\$.$$$$

Пример 7. Анализ ценовой дискриминации

Задача: монополист предлагает товар двум группам потребителей с разными функциями спроса. Определить оптимальные цены для каждой группы.

Решение:

Если монополист может разделить рынок на сегменты и установить разные цены для

разных групп потребителей, он может максимизировать прибыль. Оптимальные цены будут зависеть от эластичности спроса в каждом сегменте.

Пример 8. Определение точки безубыточности для фирмы в условиях олигополии

Задача: олигополист имеет постоянные издержки 1000 единиц и переменные издержки 50 единиц на единицу продукции. Определить минимальный объем продаж для покрытия издержек, если цена товара составляет 150 единиц.

Решение:

Точка безубыточности достигается, когда выручка равна общим издержкам. $Q = (FC / (P - VC))$, где FC — постоянные издержки, P — цена, VC — переменные издержки.
 $Q = 1000 / (150 - 50) = 10$.

Пример 9. Анализ влияния слияния фирм на концентрацию рынка

Задача: как изменится индекс концентрации CR4 после слияния двух фирм с долями рынка 15% и 15% в отрасли с пятью фирмами?

Решение:

До слияния $CR4 = 40\% + 20\% + 15\% + 15\% = 90\%$. После слияния доля объединённой фирмы составит $15\% + 15\% = 30\%$. $CR4 = 40\% + 20\% + 30\% = 90\% + 10\% = 100\%$.

Пример 10. Определение оптимальной цены в условиях монополистической конкуренции

Задача: компания в условиях монополистической конкуренции имеет функцию спроса $Q = 50 - 2P$, где Q — объём спроса, P — цена. Определить оптимальную цену, если функция общих издержек $TC = 10 + Q^2$.

Решение:

Для нахождения оптимальной цены необходимо приравнять предельный доход MR и предельные издержки MC . $MR = 50 - 4Q$, $MC = 2Q$. $50 - 4Q = 2Q$, $Q = 10$, $P = (50 - 2Q) / 2 = (50 - 20) / 2 = 15$.

6.5 Вопросы для подготовки к экзамену

- 1) Что представляет собой предмет курса «Организация отраслевых рынков» и какие задачи он решает?
- 2) Какие инструменты использует государство для регулирования отраслевых рынков?
- 3) Какова роль государства в стимулировании или ограничении развития отраслевых рынков?
- 4) В чём заключается сущность дифференциации продуктов на отраслевых рынках и какие факторы её определяют?
- 5) Как определяются границы товарного рынка и какие критерии при этом учитываются?
- 6) Какие факторы определяют структуру товарного рынка?
- 7) Каковы особенности экономического соперничества на рынках монополистической конкуренции?
- 8) Какие особенности характеризуют экономическое соперничество на олигополистических рынках?

- 9) Какие существуют типы барьеров для входа на рынок — стратегические и нестратегические?
- 10) В чём сущность стратегических барьеров и какие виды стратегических барьеров существуют?
- 11) В чём сущность нестратегических барьеров и какие виды нестратегических барьеров можно выделить?
- 12) Что такое дифференциация продукта и как она влияет на отраслевые рынки?
- 13) Как осуществляется оценка уровня концентрации на отраслевых рынках?
- 14) Какие факторы могут привести к изменению уровня концентрации на отраслевых рынках?
- 15) Какие негативные последствия может иметь монополизация отрасли?
- 16) Что означает понятие «доминирующая фирма» и какие особенности ей присущи?
- 17) Каковы особенности, проблемы и тенденции развития отраслевых рынков в современных условиях?
- 18) Как структура рынка влияет на поведение фирм на рынке? Какие стратегии выбирают фирмы в зависимости от типа рыночной структуры?
- 19) Какие цели преследует антимонопольная политика государства? Какие инструменты используются для регулирования монополий?
- 20) Какие критерии используются государством для оценки допустимости слияний и поглощений фирм? Какие последствия для конкуренции могут иметь слияния и поглощения?
- 21) Почему информация о цене товаров может быть ограниченной? Как ограниченная информация о цене влияет на поведение потребителей и фирм?
- 22) Что такое ценовая дискриминация? Какие виды ценовой дискриминации существуют? Как фирмы могут использовать ценовую дискриминацию для максимизации прибыли?
- 23) Какие типы рынков существуют? Какие механизмы поведения фирм характерны для мебельного производства? Как конкуренция влияет на цены и качество продукции в мебельном производстве?
- 24) Какие типы рынков можно выделить на рынке образовательных услуг? Какие факторы определяют поведение фирм (учебных заведений) на этом рынке? Как конкуренция влияет на доступность и качество образовательных услуг?

25) Какие типы рынков существуют на рынке розничной торговли бытовой техникой? Какие стратегии ценообразования и продвижения используют фирмы на этом рынке? Как конкуренция влияет на ассортимент и цены в розничной торговле бытовой техникой?

26) Какие типы рынков можно выделить на рынке автомобилестроения? Какие факторы определяют поведение автомобильных компаний на этом рынке? Как инновации и конкуренция влияют на цены и технологии в автомобилестроении?

27) Какие типы рынков существуют на рынке строительства жилой недвижимости? Какие механизмы ценообразования и предложения используют строительные компании? Как государственное регулирование и спрос влияют на рынок жилой недвижимости?

28) Какие типы рынков можно выделить на рынке розничной торговли бытовой техникой? Какие стратегии маркетинга и продаж используют фирмы на этом рынке? Как конкуренция влияет на ценообразование и ассортимент в розничной торговле бытовой техникой?

29) Какие типы рынков существуют на примере рынка нефтепродуктов? Какие механизмы поведения фирм можно наблюдать на рынке нефтепродуктов? Как конкуренция влияет на цены и качество нефтепродуктов на рынке? Какие барьеры для входа на рынок нефтепродуктов существуют и как они влияют на количество участников? Как крупные игроки влияют на поведение мелких фирм на рынке нефтепродуктов? Какие стратегии ценообразования используют компании на рынке нефтепродуктов?

30) Какие типы рынков существуют на примере рынка розничной торговли продуктами питания? Какие механизмы поведения фирм можно наблюдать на рынке розничной торговли продуктами питания? Как уровень конкуренции влияет на ассортимент и цены в магазинах розничной торговли продуктами питания? Какие факторы определяют успех розничной торговой точки на рынке продуктов питания? Как сетевые магазины влияют на поведение мелких магазинов на рынке розничной торговли продуктами питания? Какие маркетинговые стратегии используют компании на рынке розничной торговли продуктами питания для привлечения и удержания клиентов?

6.6 Примерная тематика курсовых работ

Курсовая работа учебным планом не предусмотрена.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978 5-534-01822-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <https://urait.ru/bcode/490509> (дата обращения: 20.08.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет: учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 470 с. — (Высшее образование). — ISBN 978 5-534-16055-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530354> (дата обращения: 20.08.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Заздравных, А. В. Экономика отраслевых рынков: учебник и практикум для вузов / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 359 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15225-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487967> (дата обращения: 20.08.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2 Базы данных, электронно-библиотечные системы, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная библиотека ДонГТУ: официальный сайт. — Алчевск. — URL: library.dstu.education. — Текст: электронный.
2. Научно-техническая библиотека БГТУ им. Шухова: официальный сайт. — Белгород. — URL: <http://ntb.bstu.ru/jirbis2/>. — Текст: электронный.
3. Консультант студента: электронно-библиотечная система. — Москва. — URL: <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. — Текст: электронный.
4. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red. — Текст: электронный.

5. Электронно-библиотечная система IPR BOOKS – Сублицензионный договор с ООО "Научно-производственное предприятие "ТЭД КОМПАНИ", <http://www.iprbookshop.ru/>

6. Федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору (Ростехнадзор) <https://www.gosnadzor.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов деятельности в процессе обучения, соответствует требованиям ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение представлено в таблице 7.

Таблица 7 — Материально-техническое обеспечение

Наименование оборудованных учебных кабинетов	Адрес (местоположение) учебных кабинетов
Специальные помещения: предметная аудитория (мультимедийная) Количество посадочных мест – 60 шт. Доска для написания мелом Персональный компьютер – 1 шт. Проектор NEC NP 210 – 1 шт. Колонки звуковые LUXEON 108 - 2 шт. Проекционный экран – 1 шт. Базовое программное обеспечение	<i>Корпус 6 Аудитория 414 предметная аудитория (мультимедийная)</i>

Лист согласования РПД

Разработал
ст.преподаватель
кафедры менеджмента
 (должность)


 (подпись)

Е.В. Красюк
 (Ф.И.О.)

 (должность)

 (подпись)

 (Ф.И.О.)

 (должность)

 (подпись)

 (Ф.И.О.)

И.о. заведующий кафедрой менеджмента


 (подпись)

Е.В.Кобзева
 (Ф.И.О.)

Протокол №__1__ заседания кафедры
 менеджмента

от 30.08.2024г.

И.о. декан факультета экономики,
 управления и лингвистического
 сопровождения


 (подпись)

Э.Р.Самкова
 (Ф.И.О.)

Согласовано

Председатель методической
 комиссии по направлению подготовки
 38.03.02 Менеджмент


 (подпись)

Е.В.Кобзева
 (Ф.И.О.)

Начальник учебно-методического центра


 (подпись)

О.А.Коваленко
 (Ф.И.О.)

Лист изменений и дополнений

Номер изменения, дата внесения изменения, номер страницы для внесения изменений	
ДО ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ:	ПОСЛЕ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ:
Основание:	
Подпись лица, ответственного за внесение изменений	