

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Базовая кафедра экономики и менеджмента**

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Е.И. Луковникова

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

**Б1.Б.04.04**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**38.03.01 Экономика**

**ПРОФИЛЬ ПОДГОТОВКИ**

**Финансы и кредит**

Программа академического бакалавриата

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

<b>1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>	<b>3</b>
<b>3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
3.1 Распределение объёма дисциплины по формам обучения.....	4
3.2 Распределение объёма дисциплины по видам учебных занятий и трудоемкости .....	4
<b>4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>5</b>
4.1 Распределение разделов дисциплины по видам учебных занятий .....	5
4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам .....	7
4.3 Лабораторные работы.....	8
4.4 Практические занятия.....	8
4.5. Контрольные мероприятия: контрольная работа.....	9
<b>5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ К ФОРМИРУЕМЫМ В НИХ КОМПЕТЕНЦИЯМ И ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>10</b>
<b>6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>10</b>
<b>7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>11</b>
<b>8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО – ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>12</b>
<b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>13</b>
9.1. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ .....	13
9.2. Методические указания по выполнению контрольной работы .....	33
<b>10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	<b>34</b>
<b>11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	<b>35</b>
<b>Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....</b>	<b>36</b>
<b>Приложение 2. Аннотация рабочей программы дисциплины .....</b>	<b>41</b>
<b>Приложение 3. Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе .....</b>	<b>42</b>

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

## Вид деятельности выпускника

Дисциплина охватывает круг вопросов, относящихся к расчетно-экономическому, аналитическому, научно-исследовательскому видам профессиональной деятельности выпускника в соответствии с компетенциями и видами деятельности, указанными в учебном плане.

## Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины является: овладение основами теоретических знаний в области экономики отраслевых рынков и умение применять их на практике.

## Задачи дисциплины

Задачей изучения дисциплины является овладение обучающимися, на основе изложенных требований к формированию компетенций в ФГОС ВО, навыками анализировать принимаемые решения на уровне предприятия и на уровне национальной экономики.

Код компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<b>знать:</b> - основы экономических знаний; <b>уметь:</b> - использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; <b>владеть:</b> -навыками основ экономических знаний в различных сферах деятельности

# 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Б.04.04 Теория отраслевых рынков относится к базовой части.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении таких учебных дисциплин, как: Б1.Б.04.02 Микроэкономика, Б1.Б.05.01 Математический анализ, Б1.В.01 Введение в сферу профессиональной деятельности, Б1.В.06.01 Финансы.

Основываясь на изучении перечисленных дисциплин, Теория отраслевых рынков представляет основу для изучения дисциплин: Б1.В.12 Мировая экономика и международные экономические отношения, Б1.В.10 Макроэкономическое планирование и прогнозирование, Б1.В.ДВ.07.01 Ценообразование.

Такое системное междисциплинарное изучение направлено на достижение требуемого ФГОС уровня подготовки по квалификации бакалавр.

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Распределение объема дисциплины по формам обучения

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах						Курсовая работа (проект), контрольная работа, реферат, РГР	Вид промежуточной аттестации
			Всего часов	Аудиторных часов	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Очная	2	3	216	85	34	-	51	77	кр	экзамен
Заочная	2	-	216	16	4	-	12	191	кр	экзамен
Заочная (ускоренное обучение)	1	-	216	12	4	-	8	87	кр	экзамен
Очно-заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

#### 3.2. Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий и трудоемкости

Вид учебных занятий	Трудоемкость (час.)	в т.ч. в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.)	Распределение по семестрам, час
			3
1	2	3	4
<b>I. Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)</b>	85	30	85
Лекции (Лк)	34	12	34
Практические занятия (ПЗ)	51	18	51
Групповые (индивидуальные) консультации	+	-	+
<b>II. Самостоятельная работа обучающихся (СР)</b>	77	-	77
Подготовка к практическим занятиям	25	-	25
Подготовка к экзамену в течение семестра	25	-	25
Выполнение контрольной работы	27	-	27
<b>III. Промежуточная аттестация экзамен</b>	54	-	54
Общая трудоемкость дисциплины	час.	216	216
	зач. ед.	6	6

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Распределение разделов дисциплины по видам учебных занятий

- для очной формы обучения:

№ темы	Наименование темы дисциплины	Трудоём- кость, (час.)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоёмкость; (час.)		
			учебные занятия		самостоя- тельная работа обучаю- щихся
			лекции	практи- ческие занятия	
1	2	3	4	5	6
1.	Теории фирм и теории рынков: дискуссии и историческое развитие	26	6	8	12
2.	Стратегическое взаимодействие в краткосрочном и долгосрочном периоде	37	8	12	17
3.	Инновационная деятельность фирм	20	2	6	12
4.	Конкуренция на рынках дифференцированного продукта	26	6	8	12
5.	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты	26	6	8	12
6.	Регулирование естественных монополий: методы и эффективность	27	6	9	12
	<b>ИТОГО</b>	<b>162</b>	<b>34</b>	<b>51</b>	<b>77</b>

- для заочной формы обучения:

№ темы	Наименование темы дисциплины	Трудоём- кость, (час.)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоёмкость; (час.)		
			учебные занятия		самостоя- тельная работа обучаю- щихся
			лекции	практи- ческие занятия	
1	2	3	4	5	6
1.	Теории фирм и теории рынков: дискуссии и историческое развитие	32,5	0,5	2	30
2.	Стратегическое взаимодействие в краткосрочном и долгосрочном периоде	38	1	2	35

1	2	3	4	5	6
3.	Инновационная деятельность фирм	32,5	0,5	2	30
4.	Конкуренция на рынках дифференцированного продукта	38	1	2	35
5.	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты	33	0,5	2	30,5
6.	Регулирование естественных монополий: методы и эффективность	33	0,5	2	30,5
	<b>ИТОГО</b>	<b>207</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>191</b>

- для заочной формы обучения (ускоренное обучение):

№ темы	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость, (час.)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость; (час.)		
			учебные занятия		самостоятельная работа обучающихся
			лекции	практические занятия	
1	2	3	4	5	6
1.	Теории фирм и теории рынков: дискуссии и историческое развитие	13,5	0,5	1	12
2.	Стратегическое взаимодействие в краткосрочном и долгосрочном периоде	19	1	2	16
3.	Инновационная деятельность фирм	15,5	0,5	1	14
4.	Конкуренция на рынках дифференцированного продукта	18	1	2	15
5.	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты	16,5	0,5	1	15
6.	Регулирование естественных монополий: методы и эффективность	16,5	0,5	1	15
	<b>ИТОГО</b>	<b>99</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>87</b>

#### 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам

<i>№ темы</i>	<i>Наименование темы дисциплины</i>	<i>Содержание лекционных занятий</i>	<i>Вид занятия в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.)</i>
1	2	3	4
1.	<b>Теории фирм и теории рынков: дискуссии и историческое развитие</b>	Развитие теории рынков. Теория игр и развитие представлений о структуре рынков. Традиционные исследования и новая эмпирическая теория рынков. Технологические и институциональные факторы выбора границ фирмы. Организационная структура, размеры и эффективность фирм. Вертикальная граница фирмы. Альтернативные цели фирмы. Влияние целей фирмы на рыночное поведение. Проблемы корпоративного контроля.	Лекция - беседа (2 час.)
2.	<b>Стратегическое взаимодействие в краткосрочном и долгосрочном периоде</b>	Ценовая конкуренция и ограниченные мощности. Ограничение входа в рамках стратегического взаимодействия продавцов. Избыточные мощности как барьер входа. Ограничение входа в условиях неполноты информации. Достоверные обещания и достоверные угрозы. Действия, направленные на повышение издержек конкурента. Потенциальная конкуренция. Модель состязательных рынков. Влияние концепции состязательных рынков на развитие теории и экономическую политику.	Лекция - беседа (2 час.)
3.	<b>Инновационная деятельность фирм</b>	Гонка за инновациями: влияние структуры рынка на инновации. Кооперативные и некооперативные исследования и инновации. Патенты и патентная защита. Оптимальная длительность патента.	Лекция с текущим контролем (2 час.)
4.	<b>Конкуренция на рынках дифференцированного продукта</b>	Базовые модели дифференциации продукта. Горизонтальная дифференциация продукта и монополия. Минимальная и максимальная дифференциация продукта. Оптимальные расходы компании на рекламу. Роль рекламы в стратегическом взаимодействии продавцов. Проблемы развития рынка с вертикально дифференцированным продуктом. Асимметрия информации о качестве и сигналы качества. Цена и расходы на рекламу как сигналы качества. Репутация фирмы как стимулирующий контракт.	Лекция - беседа (2 час.)
5.	<b>Вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты</b>	Отрицательные вертикальные внешние эффекты. Модель двойной надбавки. Замещение ресурса производителя. Избыточная ценовая конкуренция между дилерами. Несоблюдение стандартов качества. Вертикальные ограничивающие контракты. Отрицательные внешние эффекты и сравнительная эффективность вертикальных ограничивающих контрактов. Воздействие вертикальных контрактов на конкуренцию.	Лекция с текущим контролем (2 час.)

1	2	3	4
6.	<b>Регулирование естественных монополий: методы и эффективность</b>	Развитие концепции естественных монополий в экономической теории. Устойчивость естественных монополий. Государственное регулирование естественных монополий и барьеры входа. Использование ценовой дискриминации в регулировании. Цены пиковой и непиковой нагрузки. От регулирования тарифов к регулированию предельного изменения индекса корзины тарифов. Неэффективность тарифного регулирования естественных монополий. Издержки регулирования. Дерегулирование: проблема выделения естественно-монопольного компонента. Модели развития конкуренции на рынках естественной монополии. Вертикальное обособление и проблема доступа.	Лекция - беседа (2 час.)

#### 4.3. Лабораторные работы

учебным планом не предусмотрено

#### 4.4. Практические занятия

<i>№ п/п</i>	<i>Номер темы дисциплины</i>	<i>Наименование тем практических занятий</i>	<i>Объем (час.)</i>	<i>Вид занятия в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.)</i>
1	1.	Введение в экономику отраслевых рынков	2	Семинар «Мозговой штурм» (2 час.)
2	1.	Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению	4	Развивающий семинар «Дотошные студенты» (2 час.)
3	1.	Обобщенные рыночные структуры	2	-
4	2.	Монопольная власть фирмы и концентрация продавцов на рынке	6	«Работа в малых группах» (2 час.)
5	2.	Барьеры входа на рынок, слияния и поглощения фирм	6	-
6	3.	Инновационная деятельность фирм	6	«Пресс-антипресс» (2 час.)
7	4.	Рынки однородных и дифференцированных продуктов	4	«Пресс-антипресс» (2 час.)
8	4.	Рынки с асимметричной информацией	4	Развивающий семинар «Дотошные студенты» (2 час.)
9	5.	Вертикальная и горизонтальная интеграция и ограничения	8	Развивающий семинар «Дотошные студенты» (4 час.)
10	6.	Ценовая политика	4	«Работа в малых группах» (2 час.)
11	6.	Государственная политика регулирования отраслей	5	-
<b>ИТОГО</b>			<b>51</b>	<b>18</b>



#### 4.5. Контрольные мероприятия: контрольная работа

**Цель:** более глубокое изучение и закрепление теоретических знаний по данной дисциплине, получение навыков самостоятельной работы обучающихся с имеющейся информацией и специальной литературой.

**Структура:** Структура работы: введение, теоретическая часть, заключение, список литературы.

**Основная тематика:** полное изложение различных аспектов формирования структуры отраслевых рынков и анализа их эффективности (по вариантам).

**Рекомендуемый объем:** 15-20 страниц.

Выдача задания, прием и защита кр проводится в соответствии с календарным учебным графиком.

Оценка	Критерии оценки контрольной работы
Зачтено	Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если он представил контрольную работу в установленной форме и в срок, глубоко разобрался в изучаемой проблеме, исчерпывающе полно, четко и логически последовательно отвечает на вопросы, демонстрирует способности анализировать данные. Контрольная работа представляет собой обзор современного состояния изучаемого аспекта теории отраслевых рынков, обзор современной специальной и общеэкономической литературы по теме контрольной работы с выводами и ссылками на изученные источники, формулировку экономической или социальной сущности вопроса исследования, выполненные обучающимся, освоившим необходимые компетенции. Это совокупность теоретических и аналитических результатов, полученных обучающимся в ходе самостоятельной работы с источниками литературы (с учетом индивидуального задания). Контрольная работа отражает качество работы обучающегося при изучении дисциплины теория отраслевых рынков.
Не зачтено	Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, если он не представил контрольную работу в установленной форме, не разобрался в анализе экономической или социальной сущности вопроса исследования, не освоил необходимых компетенций.

**5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ К  
ФОРМИРУЕМЫМ В НИХ  
КОМПЕТЕНЦИЯМ И ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

<i>№, наименование тем дисциплины</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Компетенции</i>	<i>Σ комп.</i>	<i>t<sub>ср</sub>, час</i>	<i>Вид учебных занятий</i>	<i>Оценка результатов</i>
		<i>ОК</i>				
		<i>3</i>				
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
<b>1.</b> Теории фирм и теории рынков: дискуссии и историческое развитие	26	+	1	26	Лк, ПЗ, СР	контрольная работа, экзамен
<b>2.</b> Стратегическое взаимодействие в краткосрочном и долгосрочном периоде	37	+	1	37	Лк, ПЗ, СР	контрольная работа, экзамен
<b>3.</b> Инновационная деятельность фирм	20	+	1	20	ЛК, ПЗ, СР	контрольная работа, экзамен
<b>4.</b> Конкуренция на рынках дифференцированного продукта	26	+	1	26	ЛК, ПЗ, СР	контрольная работа, экзамен
<b>5.</b> Вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты	26	+	1	26	ЛК, ПЗ, СР	контрольная работа, экзамен
<b>6.</b> Регулирование естественных монополий: методы и эффективность	27	+	1	27	ЛК, ПЗ, СР	контрольная работа, экзамен
<b>всего часов</b>	<b>162</b>	<b>162</b>	<b>1</b>	<b>162</b>		

**6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

1. Оформление пояснительной записки учебной работы: стандарты Системы менеджмента качества ГОУ ВПО «БрГУ». СМК СТП 1.4-01-2005 / Т. Н. Радина, А. А. Сапожников. - Братск : БрГУ, 2005. – 14 с.

2. Сладкова, Е. А. Теория отраслевых рынков: методические указания к выполнению контрольной работы / Е. А. Сладкова. - Братск : БрГУ, 2018. - 28 с.

<http://ecat.brstu.ru/catalog/Учебные%20и%20учебно-методические%20пособия/Экономика%20и%20управление/Сладкова%20Е.А.Теория%20отраслевых%20рынков.МУ.2018.pdf>

**7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ,  
НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

№ п/ п	<i>Наименование издания</i>	<i>Вид занятия</i>	<i>Количество экземпляров в библиотеке, шт.</i>	<i>Обеспечен ность, (экз./ чел.)</i>
1	2	3	4	5
<b>Основная литература</b>				
1.	Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. В 2 ч. Ч.1-2 : учебник для академического бакалавриата / Н. М. Розанова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-6547-6. Ч. 1. - 2016. - 345 с.	Лк, ПЗ, СР	10	0,5
2.	Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. В 2 ч. Ч.1-2 : учебник для академического бакалавриата / Н. М. Розанова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-6547-6. Ч. 2. - 2016. - 314 с.	Лк, ПЗ, СР	10	0,5
3.	Джуха, В. М. Экономика отраслевых рынков : [учебное пособие для вузов] / В. М. Джуха, А. В. Курицын, И. С. Штапова. - 3-е изд., стер. - Москва : КноРус, 2014. - 288 с.	Лк, ПЗ, СР	11	0,5
<b>Дополнительная литература</b>				
4.	Сладкова, Е. А. Теория отраслевых рынков. Ч.1: практикум / Е. А. Сладкова. - Братск: БрГУ, 2017. - 70 с.	ПЗ, СР	23	1,0
5.	Юсупова, Г.Ф. Теория отраслевых рынков: практикум / Г.Ф. Юсупова. - М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2012. - 280 с. - ISBN 978-5-7598-0920-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=227298">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=227298</a>	ПЗ, СР	1 (ЭУ)	1,0
6.	Рой, Л. Анализ отраслевых рынков: учебник / Л. Рой, В. Третьяк; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Экономический факультет. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 441 с. - ISBN 978-5-16-002047-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=316967">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=316967</a>	Лк, ПЗ, СР	1 (ЭУ)	1,0
7.	Иневатова, О.А. Региональные рынки : учебное пособие / О.А. Иневатова, С.А. Дедеева, Ю.А. Макарова ; Кафедра региональной экономики, Министерство образования и науки Российской Федерации. - Оренбург : ОГУ, 2015. - 204 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7410-1330-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=439003">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=439003</a>	Лк, ПЗ, СР	1 (ЭУ)	1,0
8.	Наровлянская, Т. Административные барьеры как институт трансформационной экономики : учебное пособие / Т. Наровлянская, В. Карташева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2012.	Лк, ПЗ, СР	1 (ЭУ)	1,0

	- 127 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259282">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=259282</a>			
9.	Розанова, Н.М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / Н. М. Розанова. - Москва : Юрайт, 2015. - 492 с.	ПЗ, СР	10	0,5
10.	Самсонова, М.В. Экономика отраслевых рынков: практикум/М.В. Самсонова, Е.А. Белякова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Кафедра экономики и организации производства. - Оренбург: ОГУ, 2015. - 135 с.: схем., ил., табл. - ISBN 978-5-7410-1183-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=330589">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=330589</a>	ПЗ, СР	1 (ЭУ)	1,0
11.	Кудряшова, Е.В. Институциональные соглашения в условиях естественной монополии : учебное пособие / Е.В. Кудряшова ; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Экономический факультет. - Москва : ИНФРА-М, 2004. - 112 с. : табл. - (Учебники экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-16-001811-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=276550">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=276550</a>	Лк, ПЗ, СР	1 (ЭУ)	1,0
12.	Розанова, Н.М. Микроэкономика фирмы: учебное пособие / Н.М. Розанова, И.В. Зороастрова. - Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2007. - 384 с. - (Основы экономики и менеджмента). - ISBN 978-5-9556-0107-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=233208">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=233208</a>	Лк, ПЗ, СР	1 (ЭУ)	1,0
13.	Моделирование экономических процессов: учебник / ред. М.В. Грачева, Ю.Н. Черемных, Е.А. Туманова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 544 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02329-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119452">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119452</a>	Лк, ПЗ, СР	1 (ЭУ)	1,0

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Электронный каталог библиотеки БрГУ [http://irbis.brstu.ru/CGI/irbis64r\\_15/cgiirbis\\_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=BOOK&P21DBN=BOOK&S21CNR=&Z21ID=](http://irbis.brstu.ru/CGI/irbis64r_15/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=BOOK&P21DBN=BOOK&S21CNR=&Z21ID=).
2. Электронная библиотека БрГУ <http://ecat.brstu.ru/catalog>.
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://biblioclub.ru>.
4. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань» <http://e.lanbook.com>.
5. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru>.
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru>.
7. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) <https://uisrussia.msu.ru/>.
8. Национальная электронная библиотека НЭБ <http://xn--90ax2c.xn--p1ai/how-to-search/>.
9. Информационно-правовая система «Кодекс». <http://www.kodeks.ru/>
10. Журнал «Стратегические решения и риск-менеджмент», <https://www.jsdrm.ru/jour>
11. Журнал «Проблемы теории и практики управления», <http://www.uptp.ru>

12. Журнал «Финансовый менеджмент», <http://www.finman.ru/>
13. Журнал «Экономист», <http://www.economist.com.ru/>
14. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, <http://www.gks.ru>
15. Официальный сайт Правительства Российской Федерации, [www.government.ru](http://www.government.ru)

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **9.1. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ**

Цель выполнения практических работ: выполнение практических заданий для приобретения теоретических знаний, умений и навыков в области экономики отраслевых рынков.

Порядок выполнения:

Изучить лекционный материал и источники, основную и дополнительную литературу по темам. Используя изученный материал, выполнить предложенные задания.

Форма отчетности:

Наличие выполненных заданий, оформленных в электронной форме.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к практическому занятию

1. Подобрать источники по теме практического занятия.
  2. Проработать основную и дополнительную литературу, термины, формулы для расчета, сведения, требующиеся для запоминания и являющиеся основополагающими в данной теме. Конспектирование прочитанных литературных источников.
  3. Проработка материалов по изучаемому вопросу, с использованием рекомендуемых ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
  4. На основании изученной литературы по теме выполнение заданий для самостоятельной работы.
  5. Ответить на контрольные вопросы для самопроверки, тестовые задания.
- Основная литература 1-3, рекомендуемая в разделе 7  
Дополнительная литература 4-13, рекомендуемая в разделе 7.

### **Практическое занятие № 1**

#### **Тема: Введение в экономику отраслевых рынков**

#### **Практические задания**

**Задание 1.** Приведите примеры хозяйственных ситуаций, для исследования которых, по вашему мнению, целесообразно применять: эконометрические модели, ситуационный анализ, проводить экономические эксперименты.

**Задание 2.** Обоснуйте целесообразность использования понятия «отраслевой рынок» при планировании и управлении хозяйственной деятельностью отдельного предприятия или другого хозяйственного образования промышленности.

**Задание 3.** Используя базовую модель парадигмы «Структура – поведение – результативность», приведите пример отраслевого рынка, параметры которого могли выступать как экзогенные либо эндогенные.

**Задание 4.** Предположим, вы находитесь в Москве. Приведите по два примера локального рынка, национального рынка и международного рынка. Аргументируйте вашу точку зрения.

**Задание 5.** Подберите в средствах массовой информации и Интернете материалы по какой-либо отрасли российской экономики и ответьте на следующие вопросы.

1. Какие элементы теории «структура – поведение - результат» говорят о том, что это (не) конкурентная отрасль?
2. Каковы причины проблем в отрасли?
3. Какие факторы свидетельствуют, что базовые условия влияют на структуру отрасли? На поведение фирм? И наоборот?
4. Какие основные механизмы государственной поддержки есть в отрасли? Каково их воздействие на благосостояние?

### Тестовые задания

1. Наиболее полное определение предмета теории отраслевых рынков – это:
  - 1) изучение особенностей организации и функционирования отраслевых рынков;
  - 2) изучение экономических последствий функционирования отраслевых рынков;
  - 3) наука об особенностях организации и экономических последствиях функционирования отраслевых рынков;
  - 4) изучение особенностей организации и экономических последствиях функционирования отраслевых рынков и стратегического поведения производителей в условиях несовершенного конкурентных рынков.
2. Соотнесите между собой экономические понятия и их определения:

1) фирма	а) совокупность предприятий, производящих сходные продукты, использующие однотипные технологии и ресурсы
2) рынок	б) совокупность предприятий, выпускающих схожую по потребительскому назначению продукцию при использовании близких технологий и производственных ресурсов и конкурирующих друг с другом за реализацию своей продукции
3) отрасль	в) хозяйствующий субъект, приобретающий ресурсы на рынке и трансформирующий их в продукцию, реализуемую на рынке
4) отраслевой рынок	г) совокупность условий осуществления сделок купли-продажи

3. В последние годы в теории отраслевых рынков получили существенное развитие следующие направления:

- 1) исследование проблемы выбора с точки зрения закономерностей принятия решений;
  - 2) исследование совершенной и монополистической конкуренции;
  - 3) применение теоретико-игровых моделей в анализе олигополистических рынков.
4. В соответствии с Гарвардской школой в основе исследования отраслевых рынков лежит:
- 1) исследование проблем экономического выбора фирм, функционирующих в отрасли на основе микроэкономических моделей;
  - 2) исследование эффективности рынков и поведения присутствующих на них фирм;
  - 3) исследование взаимосвязей между характеристиками отрасли и поведением функционирующих в отрасли фирм;
  - 4) исследование уровня концентрации продавцов на отраслевых рынках;
  - 5) нет правильного ответа;
  - 6) иное (дайте свой ответ).

5. Схематично теория цен (Чикагской школы) можно представить в виде следующих элементов:
- 1) структура – поведение – результат;
  - 2) предпосылки – переменные поведения;
  - 3) структура - предпосылки – переменные поведения;
  - 4) предпосылки – структура - переменные поведения - результат.
6. Объектом исследования Гарвардской школы является:
- 1) исследования параметров функционирования рынка исходя из анализа его структуры, базовых условий и поведения фирмы;
  - 2) исследования проблем эффективности дополнительно привлекаемых ресурсов;
  - 3) исследование проблемы выбора с точки зрения закономерностей принятия решений;
  - 4) анализ совершенной конкуренции.
7. В последние годы в теории отраслевых рынков получили существенное развитие следующие направления:
- 1) исследования параметров функционирования рынка исходя из анализа его структуры, базовых условий и поведения фирмы;
  - 2) использование теории трансакционных издержек при сравнительном анализе рынков;
  - 3) исследование монополистической конкуренции и олигополии;
  - 4) исследование несовершенной конкуренции.
8. Схематично системный подход (Гарвардская парадигма) можно представить в виде следующих элементов:
- 1) структура – поведение – результат;
  - 2) предпосылки – переменные поведения;
  - 3) структура - предпосылки – переменные поведения;
  - 4) верного ответа нет.
9. Объектом исследования Чикагской школы является:
- 1) исследования параметров функционирования рынка исходя из анализа его структуры, базовых условий и поведения фирмы;
  - 2) исследование проблемы выбора с точки зрения закономерностей принятия решений;
  - 3) анализ совершенной конкуренции;
  - 4) штрафные санкции за расточительное использование ресурсов.
10. В соответствии с Чикагской парадигмой в теории отраслевых рынков скидки на товары являются:
- 1) стимулированием рынка;
  - 2) дискриминацией на рынке;
  - 3) несущественным фактором развития рынка;
  - 4) признаком увеличения цены другой продукции.

### **Интерактивный семинар «Мозговой шторм»**

Основная цель семинара: развитие навыков работы с научной и учебной информацией, умений выделять из текста главные мысли, структурировать их, лаконично излагать информацию, анализировать данные ситуации, найденные решения.

Методика проведения семинара. Формулирование проблемы, подлежащей решению. Определение условий и правил коллективной работы. Формирование рабочих групп (не менее 2) и выбор экспертов. Публичное выдвижение идей рабочими группами. Анализ и оценка выдвигаемых идей экспертами. Принятие общего решения всей учебной группой.

**Практическое занятие № 2**  
**Тема: Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению**

**Практические задания**

**Задание 1.** Перечислите основные характеристики фирмы по сравнению с другими хозяйствующими субъектами.

**Задание 2.** Покажите, почему анализ структуры рынка начинается с изучения фирмы как экономического агента.

**Задание 3.** Предположим, Вы являетесь руководителем фирмы. Какой теоретический подход к анализу фирмы будет для Вас более предпочтительным? Как изменится ситуация, если Вы будете собственником фирмы? крупнейшим кредитором фирмы? Объясните свои ответы.

**Задание 4.** Известно, что 85% сахарной свеклы, выращиваемой в области Х, используется местными заводами – производителями сахара. В то же время 90% производимого этими заводами сахара-песка поставляется в другие области и только 10% потребляется местными производствами (кондитерскими фабриками) и местным населением.

Опрос кондитерских фабрик региона Н показал, что более 80% поставок сахарного песка, требуемого для выпуска изделий фабрик, происходит в рамках договоров с местными подрядчиками – местными сахарными заводами. Задания:

1. Поясните, о каких географических рынках можно говорить в данной ситуации.
2. Можно ли оценить рынок сахарного песка как географически ограниченный регионом Н?

**Задание 5.** Рынок моющих средств находится в условиях монополистической конкуренции. У каждой компании своя марка, существенно отличающаяся от других. При этом ни одна из них не позволяет извлекать экономическую прибыль, т.к. проникновение на рынок каждой новой фирмы приводит к изменению спроса, прежде чем продавец сможет добиться всего лишь уровня безубыточности. У всех компаний идентичные функции издержек, имеющие U-образную форму. Допустим, что государственное ведомство исследовало моющие средства и обнаружило, что все они одинаковы. Результаты исследования были доведены до сведений покупателей, которые внезапно перестали доверять торговым маркам. Задания:

1. поясните, что произойдет с ценой, общим количеством продаж.
2. оцените, как это отразится на количестве работающих на рынке фирм.

**Задание 6.** Фирма, выпускающая микроволновые печи, действует в условиях конкуренции. Функция общих затрат имеет вид:

$$TC = 100 + Q^2.$$

Определите:

1. сколько нужно произвести печей для получения максимальной прибыли, если цена печи равна 60;
2. какова прибыль фирмы.

**Развивающий семинар «Дотошные студенты»**

Основная цель семинара: развитие навыков усвоения большого объема практической экономической информации, умения вычленять из нее главное, ставить правильно вопросы разного плана.

Методика проведения семинара. Студенты разбиваются на группы по 3–4 человека. Каждой выдается до двух страниц машинописного текста (заметка из газеты, отражающая



ситуацию на каком-либо товарном рынке, критическое высказывание специалиста о тенденциях на каком-либо отраслевом рынке, конкретная экономическая ситуация на любом отраслевом рынке и т.п.), который может содержать и формулы, и таблицы, и рисунки. По тексту предлагается составить как можно больше вопросов за ограниченное время и затем задать их другой подгруппе. У какой подгруппы список вопросов длиннее и вопросы точнее, та и выиграла.

### Практическое занятие № 3

#### Тема: Обобщенные рыночные структуры

#### Практические задания

**Задание 1.** На рынке продаются четыре вида прохладительных напитков. Производственные возможности общества ограничены шестью видами напитков. Снижая число видов напитков на 1, можно повысить объем производства напитков каждого вида на два миллиона литров. Функция полезности общества имеет вид:

$$U = NX,$$

где  $N$  – число разновидностей напитков,

$X$  – объем выпуска каждой разновидности.

Определить, что выгоднее для общества в данных условиях – увеличение или уменьшение числа продавцов на рынке.

**Задание 2.** Объясните разницу между понятиями конкуренция, потенциальная конкуренция, соперничество. Какое из этих трех понятий измеряется коэффициентом перекрестной эластичности предложения?

**Задание 3.** Фирма – монополист продает товар на мировом и внутреннем рынках. Цена мирового рынка 4 долл. за штуку. Спрос на внутреннем рынке на товар фирмы описывается формулой  $Q_d = 10 - 2P$ . Определите цену, по которой фирма продает товар на внутреннем рынке.

**Задание 4.** К каким категориям рынка (по классификации Штакельберга) следует относить рынки монополистической и совершенной конкуренции? Приведите примеры.

**Задание 5.** Используя подход Штакельберга, приведите примеры рынков, относящихся, по вашему мнению:

- к двусторонней полиполии;
- к олигополии;
- к монополии;
- к олигопсонии;
- к двухсторонней олигополии;
- к монополии, ограниченной олигопсонией;
- к монопсонии;
- к монопсонии, ограниченной олигополией;
- к двухсторонней монополии.

#### Тестовые задания

1. В модели совершенной конкуренции для отдельного производителя возможно получение положительной экономической прибыли при условии, что:

- 1) выручка покрывает постоянные затраты производителя;
- 2) отрасль рассматривается в коротком периоде;
- 3) отрасль рассматривается в долгосрочном периоде;

- 4) такая ситуация невозможна.
2. Функция предложения монополиста:
- 1) это зависимость между рыночной ценой и объемом предлагаемой на рынок продукции;
  - 2) совпадает с функцией предельных издержек;
  - 3) совпадает с функцией средних издержек;
  - 4) нет правильного ответа.
3. Необходимость покупки лицензии на ведение деятельности монополистом приводит к:
- 1) снижению выручки;
  - 2) росту цены на продукцию;
  - 3) снижению объема выпускаемой продукции;
  - 4) росту цены и снижению объема выпуска;
  - 5) нет правильного ответа.
4. Степень влияния продавцов на установление рыночной цены – это:
- 1) рынок;
  - 2) отрасль;
  - 3) монопольная власть;
  - 4) рыночная власть.
5. На рынке монополистической конкуренции существуют барьеры, которые:
- 1) предоставляют возможность деятельности в краткосрочном периоде;
  - 2) делают вход невозможным;
  - 3) эффективно затрудняют вход;
  - 4) предоставляют возможность деятельности в краткосрочном и долгосрочном периодах.
6. Большое количество продавцов на рынке, объем продаж каждого из которых мал по отношению к размеру рынка, типично для рынка:
- 1) олигополии;
  - 2) монополии;
  - 3) совершенной конкуренции;
  - 4) монополистической конкуренции.
7. На рынке монополии покупатели продукции:
- 1) имеют возможность воздействовать на установление рыночной цены;
  - 2) не оказывают никакого влияния на установление рыночной цены;
  - 3) оказывают влияние на установление рыночной цены;
  - 4) имеют возможность воздействовать на установление рыночной цены в долгосрочном периоде.
8. Соотнесите названия и характеристики рыночных структур:

1. Монополистическая конкуренция	а) Большое количество фермеров предлагают на рынке картофель по одинаковым ценам
2. Олигополия	б) Большое количество поставщиков предлагают фирменную одежду по относительно схожим ценам
3. Монополия	в) Несколько крупных фирм функционируют на рынке автомобилей
4. Совершенная конкуренция	г) Единственная фирма производит угледобывающее оборудование

9. Необходимость покупки лицензии на ведение деятельности монополистом приводит к:
- 1) снижению выручки;
  - 2) росту цены на продукцию;
  - 3) снижению объема выпускаемой продукции;

- 4) росту цены и снижению объема выпуска;
- 5) нет правильного ответа.

10. Стратегическое поведение фирм, при котором решения принимаются одновременно всеми фирмами, а стратегической переменной является объем выпуска продукции, является:

- 1) моделью Курно;
- 2) моделью Бертрана;
- 3) моделью Штакельберга;
- 4) моделью Форхаймера.

#### Практическое занятие № 4

##### Тема: Монопольная власть фирмы и концентрация продавцов на рынке

#### Практические задания

**Задание 1.** Многие рынки товаров и услуг для населения в России высоко монополизированы (например: газо- и электроснабжение). Как влияет государственный контроль цен в этих отраслях на:

- 1) количество продаваемого товара;
- 2) благосостояние потребителей;
- 3) благосостояние производителя;
- 4) общий уровень общественного благосостояния.

**Задание 2.** Американские фирмы Кока-Кола и Пепсико доминируют на мировом рынке прохладительных напитков более ста лет, тогда как другие американские фирмы, как Дженерал-Моторс и Форд постоянно подвергаются атакам конкурентов из других стран. В чем разница между этими двумя продуктовыми (рыночными) ситуациями, почему наблюдаются такие существенные различия?

**Задание 3.** По данным, приведенным в таблице, рассчитайте величину показателей концентрации товарного рынка.

#### Доли действующих на рынке субъектов

№ субъекта	1	2	3	4	5
Доля, %	15	7	33	25	20

**Задание 4.** Известны данные о ситуации на автомобильном рынке России за два года. По данным, приведенным в таблице, рассчитайте:

- 1) индекс концентрации для трех фирм, для четырех фирм;
- 2) индекс Герфиндаля-Хиршмана;
- 3) дисперсию рыночных долей;
- 4) индекс Холла - Тайдмана.

#### Исходные данные

Автозавод	1 полугодие 1997 г., шт.	1 полугодие 1998 г., шт.
ГАЗ	59805	61086
КАМАЗ	8943	6196
АвтоВАЗ	351824	337146
Москвич	4156	22026
УАЗ	23889	18319
Ока	3805	4990

Красный Аксай	3264	3124
Ижмаш	3483	1187
Всего	459172	454079

Прокомментируйте полученные результаты. Изменилась ли ситуация на рынке в 1998 г. по сравнению с 1997 г.?

**Задание 5.** Слияние компаний, происходящее в отрасли, в результате которого число фирм, действующих на рынке, становится меньше и это ведет к увеличению рыночных долей каких-то определенных участников рынка:

- 1) повышает концентрацию;
  - 2) понижает концентрацию;
  - 3) понижает только в условиях монополии.
- Обоснуйте ответ и приведите примеры.

### **Интерактивное практическое занятие «Работа в малых группах»**

Цель занятия: научить обучающихся анализировать поведение производителей, используя разработанные теоретические концепции.

Методика проведения занятия. Студенты разбиваются на группы по 3-4 человека. Каждой подгруппе выдается задание, состоящее из нескольких задач. После того как будут решены задачи всеми группами, от группы выделяется один докладчик, а остальные студенты подгруппы отвечают на вопросы, заданные преподавателем и студентами других подгрупп. В конце занятия преподаватель подводит итоги и оценивает работу студентов (оценка может интегрироваться с учетом мнений студентов.)

### **Практическое занятие № 5**

#### **Тема: Барьеры входа на рынок, слияния и поглощения фирм**

#### **Практические задания**

**Задание 1.** Традиционно среди входных барьеров выделяют два типа: нестратегические (структурные), выступающие как воздействие внешней среды, и стратегические, которые формируются в зависимости от поведения фирм. Приведите примеры таких барьеров в условиях рынков:

- молочных продуктов;
  - легковых автомобилей;
  - овощных консервов;
  - детских игрушек;
  - ювелирных изделий;
  - офисной мебели;
  - строительных материалов;
  - или любого другого известного вам отраслевого рынка.
- Свой ответ обоснуйте.

**Задание 2.** Какие барьеры входа являются наиболее и наименее значимыми для отраслей:

- тяжелая промышленность,
- автомобилестроение,
- электроэнергетика,
- газовая промышленность,
- легкая промышленность,
- пищевая промышленность,
- телекоммуникации и связь,

- банковское дело?

**Задание 3.** Смоделируйте ситуацию, при которой при угрозе появления новых конкурентов фирма, стабильно работающая на рынке, расширяет ассортимент, предлагая на рынок товары - субституты, создавая тем самым трудности для новой фирмы в поисках незанятых рыночных ниш.

**Задание 4.** На рынке некоторого товара действуют 14 фирм.

Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 – 10%, фирм 3, 4, 5, 6 – по 8%, фирм 7, 8, 9, 10, 11 – по 6%, фирм – 12, 13 – по 5%, фирмы 14 – 3%. Рассчитайте индекс Херфиндаля - Хиршмана для этих 14 фирм. Какова концентрация товаров на рынке?

Если фирмы 2 и 3 решат объединиться, должны ли государственные органы позволить им объединиться?

**Задание 5.** Предположим, на рынке первоначально действует одна фирма (обозначим ее как фирму 1) Рыночный спрос равен:  $P=1-Q$ . Предельные издержки, для простоты, примем за  $MC=0$ . Пусть фирма 2 — это потенциальный конкурент, решающий проблему, входить или не входить на данный рынок. Допустим, издержки входа составляют величину  $E > 0$ . При какой величине издержек входа:

- 1) фирма-старожил допустит вход;
- 2) фирма-старожил предпримет стратегические действия, направленные на предотвращения входа?

### Тестовые задания

1. Старая фирма допустит вход новой фирмы, если:
  - 1) продукт на рынке однороден;
  - 2) выпуск новой фирмы составляет небольшую долю отраслевого предложения и не будет расти;
  - 3) цена новой фирмы всегда ниже ее предельных издержек;
  - 4) цена новой фирмы всегда ниже цены старой фирмы;
  - 5) доли старой и новой фирм равны.
2. Замедленный вход новых фирм в отрасль, согласно Бейну, характеризует:
  - 1) отрасль со свободным входом;
  - 2) отрасль с неэффективными барьерами;
  - 3) отрасль с эффективными барьерами;
  - 4) отрасль с заблокированным входом;
  - 5) отрасль с полной мобильностью ресурсов.
3. Дифференциация товара как стратегия блокирования входа на рынок предусматривает:
  - 1) выпускать как можно большее число товарных марок;
  - 2) выпускать как можно меньшее число товарных марок;
  - 3) ориентироваться на потребителей с наивысшей ценовой эластичностью спроса;
  - 4) выпускать товар с такими характеристиками, чтобы предельная норма замещения данного товара и товаров – конкурентов в обмене для потребителей была выше, чем в случае первоначального равновесия;
  - 5) назначать такую цену на товар, чтобы повышалась предельная полезность денежной единицы для потребителя.
4. Если временной лаг между потенциальным и реальным входом в отрасль существенен, это означает:
  - 1) барьеры входа в отрасль незначительны;
  - 2) барьеры выхода из отрасли незначительны;
  - 3) барьеры входа в отрасль не представляют угрозы для новых фирм;
  - 4) в отрасли существуют значительные барьеры входа;
  - 5) в отрасли существуют значительные барьеры выхода.

5. Входные барьеры по Стиглеру определяются:
- 1) асимметрией фирм – старожилов и новых фирм;
  - 2) высокими издержками входа;
  - 3) наличием высокой прибыли фирм – старожилов;
  - 4) высокими постоянными издержками выпуска;
  - 5) низкой вероятностью входа.

6. Если издержки входа потенциального конкурента незначительны, то согласно модели Спенса – Диксита:

- 1) фирма – старожил будет пытаться предотвратить вход;
  - 2) фирма – старожил не будет пытаться предотвратить вход, так как усилия по предотвращению входа превышают получаемую выгоду монопольного положения;
  - 3) фирма – старожил не будет пытаться предотвратить вход, так как ей лениво это делать;
  - 4) фирма – старожил не будет пытаться предотвратить вход, так как в этом нет необходимости;
  - 5) фирме – старожилу все равно, войдет или нет новая фирма на рынок.
7. Соотнесите между собой типы рынка и виды отраслевых барьеров:

1. совершенная конкуренция	а) с блокированным входом
2. монополистическая конкуренция	б) неэффективный барьер входа
3. олигополия	в) со свободным входом
4. монополия	г) эффективные барьеры входа

8. Дополните:

Формула расчета нормы  $\dots$ :  $H_{\dots} = \frac{M_s}{M_{s+}}$

9. Малой фирме наиболее выгодно увеличивать расходы на рекламу при наличии в отрасли крупной фирмы, если:

- 1) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
- 2) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов незначителен;
- 3) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
- 4) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов незначителен.

10. Поглощения, в результате которых улучшается эффективность работы предприятия, называют:

- 1) стяжательными поглощениями;
- 2) аллокативными поглощениями;
- 3) управленческими поглощениями;
- 4) конгломератными поглощениями.

## Практическое занятие № 6

### Тема: Инновационная деятельность фирм

#### Практические задания

**Задание 1.** Рассмотрим две фирмы, конкурирующие по Курно. Фирма-1 хочет совершить инвестиции в новый технологический процесс производства продукта, который способен снизить переменные издержки производства. Ее конкурент, Фирма-2, не имеет средств на подобные инвестиции. В ходе анализа инвестиционного проекта, выяснилось, что

приведенная стоимость экономии от внедрения нового технологического проекта при сохранении текущего уровня выпуска окажется ниже затрат на НИОКР, но незначительно. Если бы Вас наняли консультантом Фирмы-1, какое решение Вы бы ей посоветовали?

**Задание 2.** Предположим, что фирма действует на рынке, где конкуренция ведется с помощью агрессивного ценообразования. Поскольку вход на рынок ассоциируется с высокими затратами в технологии, существует ограниченное количество фирм в отрасли. Более того, 70 процентов продукции этого рынка защищены патентами в течение следующих 8 лет. Может ли эта отрасль в соответствии с экономическими критериями быть отнесена к отрасли с совершенной конкуренцией?

**Задание 3.** Пусть фирма, действующая в совершенно конкурентной отрасли, стала обладателем патента на новую технологию производства, которая дает ей снижение кривой средних издержек вниз, что позволяет фирме, не смотря на то, что она по-прежнему имеет цену на товар, определяемую рынком, зарабатывать экономическую прибыль в долгосрочном периоде.

1) Если рыночная цена на товар равна 20, а кривая предельных издержек фирмы описывается уравнением  $MC_f=0.4q$ . Сколько единиц товара будет произведено фирмой?

2) Пусть органы власти обнаружили, что новая технология загрязняет атмосферу, и установили, что предельные издержки общества от производства фирмы описываются уравнением  $MC_s=0.5q$ . Если цена на товар по-прежнему равна 20, то каков будет общественно оптимальный уровень производства фирмы? Каким налогом должны обложить органы власти производство товара фирмой, чтобы достичь этого оптимального уровня производства?

**Задание 4.** Проанализируйте, какими преимуществами обладают крупные и (или) мелкие фирмы в области НИОКР. Можно ли применять франчайзинг в области НИОКР?

**Задание 5.** Вспомните равновесие по Нэшу в гонке за инновациями, в которую вовлечен ряд идентичных фирм. Объясните, как их количество воздействует на:

- 1) интенсивность НИОКР фирм;
- 2) время, проходящее до окончания гонки.

### Тестовые задания

1. Необходимость покупки лицензии на ведение деятельности монополистом приводит к:

- 1) снижению выручки;
- 2) росту цены на продукцию;
- 3) снижению объема выпускаемой продукции;
- 4) росту цены и снижению объема выпуска;
- 5) нет правильного ответа.

2. Укажите административные барьеры:

- 1) квотирование производства;
- 2) экологические нормы;
- 3) дифференциация продукции;
- 4) лицензирование деятельности предприятий;
- 5) емкость рынка.

3. Перечислите виды инноваций:

- 1) производственные;
- 2) маркетинговые;
- 3) управленческие;
- 4) экологические;
- 5) технологические.

4. Основателями инноватики как науки являются:

- 1) Н.Д. Кондратьев;
- 2) Форхаймер;
- 3) Шумпетер;
- 4) Штакельберг.
5. Стадиями жизненного цикла новшеств являются:
  - 1) разработка;
  - 2) проектирование;
  - 3) изготовление;
  - 4) освоение;
  - 5) диффузия;
  - 6) использование.
6. Инновация – это:
  - 1) нововведения во всех сферах деятельности;
  - 2) результат инновационной деятельности, воплощенный в виде нового или усовершенствованного продукта, технологического процесса, подхода к социальным услугам;
  - 3) деятельность предприятия, направленная на улучшение выпускаемой продукции;
  - 4) права на результаты творческого, интеллектуального труда, имеющие нематериальный характер.
7. Инновационные организации классифицируют по признакам:
  - 1) уровень новизны;
  - 2) уровень специализации;
  - 3) степень фокусирования на потребителя;
  - 4) динамика протекающих процессов;
  - 5) фаза жизненного цикла;
  - 6) источник финансирования.
8.  $\varepsilon = \frac{B - K}{K}$  - это формула расчета:
  - 1) коэффициент эффективности инноваций;
  - 2) срок окупаемости инвестиций;
  - 3) учетная норма прибыли;
  - 4) чистая текущая стоимость.
9.  $T = \frac{K}{\Pi + A}$  - это формула расчета:
  - 1) внутренняя норма рентабельности (доходности) инвестиций;
  - 2) срок окупаемости инвестиций;
  - 3) учетная норма прибыли;
  - 4) чистая текущая стоимость.
10. Методы оценки инвестиций:
  - 1) окупаемости капиталовложений;
  - 2) индекса доходности;
  - 3) внутренней нормы доходности;
  - 4) индексный.

### **Интерактивный семинар «Пресс - антипресс»**

Цель занятия: обеспечить обучающимся возможность овладеть навыками использования теоретического знания в разных ситуациях.

Методика проведения занятия. До начала занятия группе предлагается подготовить вопросы по изученному материалу. На занятии группа



делится на две подгруппы. Первая подгруппа задает вопросы, вторая – отвечает. Далее группы меняются ролями. Преподаватель может «снимать» неудачные вопросы. Преподаватель оценивает не только ответы, но и качество задаваемых вопросов. В конце занятия преподаватель подводит итоги и оценивает работу студентов (оценка может интегрироваться с учетом мнений обучающихся.)

## Практическое занятие № 7

### Тема: Рынки однородных и дифференцированных продуктов

#### Практические задания

**Задание 1.** Представим себе «линейный город», где расстояние между фирмами отражает различие характеристик их товарных марок. Первая фирма продает мини-юбки, а вторая - макси-юбки. Максимальная готовность потребителя платить за товар составляет 80 долл. Покупатели приобретают только по одной юбке (или не покупают ни одной). На расстоянии между двумя фирмами равномерно расположены покупатели, ранжированные по степени предпочтений мини-юбок. Сумма скидки ( $t$ ), необходимая для того, чтобы побудить покупателя, предпочитающего мини-юбку, приобрести макси-юбку, составляет 30. С переходом от наиболее лояльного по отношению к марке покупателя к менее лояльному сумма необходимой скидки растет по формуле  $tx^2$ . Затраты на производство одной юбки постоянны и составляют 20 долл.

Определите: какую цену установят фирмы на юбки, чтобы получить максимальную прибыль? Какую прибыль они получают?

**Задание 2.** Предположим, что в модели «кругового города» фирмы, уже действующие на рынке, в состоянии определять сумму необратимых издержек входа ( $f$ ). Предположим, что на рынке действуют 4 фирмы. Максимальная готовность покупателей платить за товар составляет 10 долл. Транспортный тариф равен 4. Рассмотрим две стадии принятия решений фирмами. На первой стадии фирмы, уже действующие на рынке, устанавливают величину необратимых издержек входа. На второй - выбирают цены. Определите: какую величину необратимых издержек входа должны выбрать продавцы, чтобы предотвратить вход на рынок потенциальных конкурентов?

**Задание 3.** Часто слышатся обвинения, что сильная продуктовая дифференциация, встречающаяся на рынках, социально бесполезна и что потребитель был бы одинаково удовлетворен при меньшей дифференциации. Могут ли потребители различать дифференцированные продукты, которые разумны и выполнимы? Может ли производитель создавать потребности в дифференцированных продуктах, которые никогда не были раньше представлены?

**Задание 4.** Две фирмы, расположенные в разных концах улицы линейного города (модель Хотеллинга) длиной  $L$ , характеризуются такими функциями затрат:  $ТС1(q) = 30q$  и  $ТС2(q) = 60q$ . Для жителя, удаленного от фирмы, товар которой он покупает, на расстояние  $x$ , затраты на доставку продукта оцениваются величиной  $tx$ . Спрос на продукт абсолютно неэластичен и равен единице на единицу длины. Определите равновесные цены товара каждой фирмы и прибыли фирм, если  $t = 10$ .

#### Интерактивный семинар «Пресс - антипресс»

Цель занятия: обеспечить обучающимся возможность овладеть навыками использования теоретического знания в разных ситуациях.

Методика проведения занятия. До начала занятия группе предлагается подготовить вопросы по изученному материалу. На занятии группа

делится на две подгруппы. Первая подгруппа задает вопросы, вторая – отвечает. Далее группы меняются ролями. Преподаватель может «снимать» неудачные вопросы. Преподаватель оценивает не только ответы, но и качество задаваемых вопросов. В конце занятия преподаватель подводит итоги и оценивает работу студентов (оценка может интегрироваться с учетом мнений обучающихся.)

## Практическое занятие № 8

### Тема: Рынки с асимметричной информацией

#### Практические задания

**Задание 1.** Существует много способов преодолевать асимметрию информации. Один из них - использование Интернет. Посетив перечисленные адреса, объясните, как с помощью Интернет можно подойти к решению этой проблемы.

Альтернативный поиск

[www.edmunds.com](http://www.edmunds.com)

[www.amazon.com](http://www.amazon.com)

**Задание 2.** Новые подписчики на журнал Economist платят меньше тех, кто подписывается в очередной раз. Является ли это ценовой дискриминацией? Если да, то какого вида?

**Задание 3.** В мире существуют рестораны, в меню которых отсутствуют цены. Каждому потребителю предлагается заплатить за еду столько, сколько, на его взгляд, она стоит. Есть ли в этом случае факт ценовой дискриминации? Если да, то какого вида?

#### Тестовые задания

1. В случае горизонтальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):

- 1) торговой марки;
- 2) упаковки;
- 3) качества;
- 4) уровня цены;
- 5) уровня дохода;
- 6) удовлетворяемых вкусов.

2. При вертикальной дифференциации продуктов выбор потребителя определяется:

- 1) уровнем дохода и платежеспособностью спроса на товар;
- 2) приверженностью той или иной марке;
- 3) различными потребительскими характеристиками продукта.

3. В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):

- 1) торговой марки;
- 2) упаковки;
- 3) качества;
- 4) уровня цены;
- 5) уровня дохода;
- 6) удовлетворяемых вкусов.

4. При горизонтальной дифференциации продуктов выбор потребителя определяется:

- 1) уровнем дохода и платежеспособностью спроса на товар;

- 2) приверженностью той или иной марке;
  - 3) соотношением цены и качества.
5. При горизонтальной дифференциации продуктов рост платежеспособного спроса приведет:
- 1) к вытеснению низкокачественных товаров высококачественными;
  - 2) к входу новых фирм;
  - 3) к усилению монопольной власти.
6. Степень продуктовой дифференциации будет тем ниже:
- 1) чем ниже показатель перекрестной эластичности спроса;
  - 2) чем выше показатель перекрестной эластичности спроса;
  - 3) чем выше доля расходов на рекламу в объеме продаж.
7. На рынке совершенной конкуренции:
- 1) продукты различных продавцов неоднородны (дифференцированы);
  - 2) продукты различных продавцов однородны;
  - 3) продукты различных продавцов могут быть однородными и неоднородными.
8. Большое количество продавцов на рынке, объем продаж каждого из которых мал по отношению к размеру рынка, типично для рынка:
- 1) олигополии;
  - 2) монополии;
  - 3) совершенной конкуренции.
9. Какой из ниже перечисленных факторов не способствует решению проблемы асимметричности информации:
- 1) репутация фирмы;
  - 2) гарантии на продукцию;
  - 3) высокие цены на продукцию;
  - 4) расточительные расходы;
  - 5) низкие входные цены.
10. Какой элемент рыночной структуры не является ключевым?
- 1) барьеры входа и выхода;
  - 2) эффективность управления;
  - 3) дифференциация продукции;
  - 4) дифференциация покупателей и продавцов.
11. Что представляет собой дифференциация товара?
- 1) разновидность ценовой конкуренции фирм;
  - 2) форму неценовой конкуренции фирм;
  - 3) соответствие предпочтениям потребителя.
12. Назовите модели пространственной дифференциации продукта:
- 1) модель Курно и модель Бертрана;
  - 2) модель Штакельберга ;
  - 3) модель Хотеллинга и модель Салопа.

### **Развивающий семинар «Дотошный студент»**

Основная цель семинара: развитие навыков усвоения большого объема практической экономической информации, умения вычленять из нее главное, ставить правильно вопросы разного плана.

Методика проведения семинара. Студенты разбиваются на группы по 3–4 человека. Каждой выдается до двух страниц машинописного текста (заметка из газеты, отражающая ситуацию на каком-либо товарном рынке, критическое высказывание специалиста о тенденциях на каком-либо товарном рынке, конкретная экономическая ситуация на любом товарном рынке и т.п.), который может содержать и формулы, и таблицы, и рисунки. По

тексту предлагается составить как можно больше вопросов за ограниченное время и затем задать их другой подгруппе. У какой подгруппы список вопросов длиннее и вопросы точнее, та и выиграла.

## Практическое занятие № 9

### Тема: Вертикальная и горизонтальная интеграция и ограничения

#### Практические задания

**Задание 1.** «Вертикальная интеграция является примером диверсификации. Обратное - не всегда правильно. Горизонтальная интеграция не является ни вертикальной интеграцией, ни диверсификацией». Прокомментируйте это утверждение.

**Задание 2.** Объясните, почему производители модной одежды могут пожелать предотвратить продажу их одежды в магазинах, которые продают товары со скидкой.

**Задание 3.** Используйте сайты компаний для определения их вовлеченности в процесс вертикальной и горизонтальной интеграции.

Проктер энд Гэмбл [www.pg.com](http://www.pg.com)

Дженерал Миллз [www.generalmills.com](http://www.generalmills.com)

Жилет [www.gillette.com](http://www.gillette.com)

#### Тестовые задания

1. Вертикальные границы фирмы - это...

1) выбор фирмы между покупкой на рынке или производством внутри фирмы продуктов последовательных стадий переработки;

2) явление, когда увеличение объема выпуска сопровождается более быстрым ростом средних издержек на его производство;

3) затраты, связанные с обеспечением выполнения внутренних контрактов.

2. Горизонтальные границы роста фирмы – это...

1) объем выпуска одного продукта (предел роста однопродуктовой фирмы);

2) товарное многообразие в рамках одной фирмы (пределы диверсификации производства;

3) все вышеперечисленные варианты.

3. Малой фирме наиболее выгодно увеличивать расходы на рекламу при наличии в отрасли крупной фирмы, если:

1) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов значителен;

2) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов незначителен;

3) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов значителен;

4) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов незначителен.

4. Вытеснение с рынка высококачественных товаров низкачественными обусловлено:

- 1) феноменом недобросовестного поведения контрагента;
- 2) проблемой негативного отбора;
- 3) нерациональностью потребителей;
- 4) все вышеперечисленные варианты.

5. Объединение компаний разных отраслей, связанных технологическим процессом производства готового продукта принято обозначать как

- 1) горизонтальное слияние;
- 2) вертикальная интеграция;
- 3) формирование цепочки накопления стоимости.

6. Что является основным фактором против вертикальной интеграции?

- 1) барьеры входа на рынок и монопольная власть фирм продавцов;
- 2) проблема «двойной надбавки»;
- 3) вид поставщика.

7. Назовите основной тип вертикальной квазиинтеграции в России:

- 1) интеграция ресурса;
- 2) картели;
- 3) отношения давальчества (толлинг);
- 4) франчайзинг.

8. Видами вертикальной интеграции являются:

- 1) производственная контрактация;
- 2) корпоративная интеграция;
- 3) полная вертикальная интеграция;
- 4) неполная вертикальная интеграция;
- 5) все перечисленные варианты;
- 6) нет правильного варианта.

9. Преимуществами горизонтальной интеграции является:

- 1) снижение издержек;
- 2) контроль над ценами;
- 3) эффективность управления;
- 4) снижение уровня диверсификации.

10. «Проблемы безбилетника»- это...

- 1) склонность потребителей уклоняться от участия в финансировании производства общественных благ;
- 2) издержки, возникающие при ведении переговоров и контроле за выполнением соглашений об обмене;
- 3) выгоды, выпадающие на долю людей, которые не участвовали в создании этих выгод.

### **Развивающий семинар «Дотошный студент»**

Основная цель семинара: развитие навыков усвоения большого объема практической экономической информации, умения вычлнять из нее главное, ставить правильно вопросы разного плана.

Методика проведения семинара. Студенты разбиваются на группы по 3–4 человека. Каждой выдается до двух страниц машинописного текста (заметка из газеты, отражающая ситуацию на каком-либо товарном рынке, критическое высказывание специалиста о тенденциях на каком-либо товарном рынке, конкретная экономическая ситуация на любом товарном рынке и т.п.), который может содержать и формулы, и таблицы, и рисунки. По тексту предлагается составить как можно больше вопросов за ограниченное время и затем

задать их другой подгруппе. У какой подгруппы список вопросов длиннее и вопросы точнее, та и выиграла.

## Практическое занятие № 10

### Тема: Ценовая политика

#### Практические задания

**Задание 1.** Фирма – монополист продает товар на мировом и внутреннем рынках. Цена мирового рынка 4 долл. за штуку. Спрос на внутреннем рынке на товар фирмы описывается формулой  $Qd = 10 - 2P$ . Определите цену, по которой фирма продает товар на внутреннем рынке.

**Задание 2.** Спрос на рынке, контролируемом монополистом, описывается уравнением  $Pd = 1200 - Qd$ , где  $Pd$  – цена,  $Qd$  – объем спроса. Общие издержки фирмы – монополиста описываются уравнением  $TC(Q) = Q^2$ . Какой потолок цен должно установить государство, чтобы максимизировать благосостояние общества?

**Задание 3.** Товар X производит фирма – естественная монополия, имеющая функцию издержек  $TC(g) = 50 + 10g$ , где  $g$  – выпуск продукции фирмой. Спрос на продукцию фирмы описывается уравнением  $Qd = 100 - P$ . Государство рассматривает три варианта политики по отношению к естественной монополии:

- 1) не регулировать деятельность естественной монополии;
- 2) установить «социально справедливую цену». Известно, что государственное регулирование цены естественной монополии повысит переменные издержки производства товара на 30%;
- 3) сформировать на основе одной фирмы пять самостоятельных производителей. Известно, что каждый из пяти производителей будет обладать функцией издержек, аналогичной функции издержек первоначального варианта компании. Однако конкуренция между ними понизит цену на товар X до уровня средних издержек.

Сравните результаты выбора того или иного варианта и определите оптимальную политику государства, ставящего целью максимизировать общественное благосостояние.

**Задание 4.** Многие фирмы устанавливают на экспортном рынке более низкую цену, чем на внутреннем. Чем можно объяснить такую политику?

**Задание 5.** Фирма, продающая зубную пасту «А», стремится определить оптимальную стратегию в области рекламы. В октябре фирма увеличила цену тюбика пасты с 9 до 10 тыс. руб. При этом объем продаж сократился с 25 до 22 тыс. тюбиков в неделю. В ноябре фирма увеличила расходы на рекламу на 10% по сравнению с уровнем октября. При этом объем продаж увеличился с 22 до 22,5 тыс. тюбиков в неделю. Определите оптимальную долю расходов на рекламу в выручке фирмы.

#### Интерактивное практическое занятие «Работа в малых группах»

Цель занятия: научить обучающихся анализировать поведение производителей, используя разработанные теоретические концепции.

Методика проведения занятия. Студенты разбиваются на группы по 3-4 человека. Каждой подгруппе выдается задание, состоящее из нескольких задач. После того как будут решены задачи всеми группами, от группы выделяется один докладчик, а остальные студенты подгруппы отвечают на вопросы, заданные преподавателем и студентами других подгрупп. В конце занятия преподаватель подводит итоги и оценивает работу студентов (оценка может интегрироваться с учетом мнений студентов.)

**Практическое занятие № 11**  
**Тема: Государственная политика регулирования отраслей**

**Практические задания**

**Задание 1.** Товар X производит фирма – естественная монополия, имеющая функцию издержек  $TC(g) = 50 + 10g$ , где  $g$  – выпуск продукции фирмой. Спрос на продукцию фирмы описывается уравнением  $Qd = 100 - P$ . Государство рассматривает три варианта политики по отношению к естественной монополии:

- а) не регулировать деятельность естественной монополии;
- б) установить «социально справедливую цену». Известно, что государственное регулирование цены естественной монополии повысит переменные издержки производства товара на 30%;
- в) сформировать на основе одной фирмы пять самостоятельных производителей. Известно, что каждый из пяти производителей будет обладать функцией издержек, аналогичной функции издержек первоначального варианта компании. Однако конкуренция между ними понизит цену на товар X до уровня средних издержек.

Сравните результаты выбора того или иного варианта и определите оптимальную политику государства, ставящего целью максимизировать общественное благосостояние.

**Задание 2.** Назовите условия, когда неэффективность монополии и эффективность конкуренции можно поставить под сомнение. Приведите примеры.

**Задание 3.** Традиционно антимонопольная политика основывается на представлении о том, что монополия или фирма с большой рыночной долей будет иметь рыночную власть. В последнее время многие экономисты утверждают, что потенциальная конкуренция (т.е. угроза входа на рынок) ограничит рыночную власть, приводя к эффективному равновесию, даже если у одной фирмы очень большая доля рынка.

Напишите эссе, проанализировав влияние потенциальной конкуренции. Рассмотрите рынки, на которых затраты на вход положительны. Ваше эссе должно включать ответы на приведенные ниже вопросы, но не ограничиваться этим.

1. Почему угроза входа на рынок завтра влияет на сегодняшнюю цену?
2. Существуют ли неценовые отклики на угрозу входа?
3. Всегда ли угроза входа на рынок увеличивает общественное благосостояние?

**Тестовые задания**

1. В зависимости от видов барьеров, препятствующих входу новых фирм на рынок монополии, выделяют следующие виды монополии:

- 1) закрытые;
- 2) административные;
- 3) экономические;
- 4) естественные.

2. На рынке монополии покупатели продукции:

- 1) имеют возможность воздействовать на установление рыночной цены;
- 2) не оказывают никакого влияния на установление рыночной цены;
- 3) оказывают влияние на установление рыночной цены.

3. Функция предложения монополиста:

- 1) это зависимость между рыночной ценой и объемом предлагаемой на рынок продукции;
- 2) совпадает с функцией предельных издержек;
- 3) совпадает с функцией средних издержек;

- 4) нет правильного ответа.
4. Основой монопольных явлений на рынке являются:
- 1) высокие барьеры входа на рынок;
  - 2) ограниченное количество производителей;
  - 3) ограниченное количество покупателей;
  - 4) рост цен ресурсов.
5. Степень влияния на цену товара, устанавливаемую выше конкурентного уровня – это...
- 1) индекс цен фирмы;
  - 2) рыночная власть фирмы;
  - 3) государственные цены.
6. Коэффициент Бейна показывает:
- 1) неравномерность распределения долей между участниками рынка;
  - 2) экономическую прибыль на один доллар (рубль) собственного инвестированного капитала;
  - 3) степени конкурентности рынка и позволяет избежать трудностей, связанных с подсчетом нормы доходности;
  - 4) связывает рыночную стоимость фирмы (измеряемой рыночной ценой ее акций) с восстановительной стоимостью ее активов.
7. Показатель, который представляет собой статистический показатель, основанный на кривой Лоренца.:
- 1) индекс неравенства фирм;
  - 2) индекс Херфиндаля—Хиршмана;
  - 3) индекс концентрации фирм;
  - 4) индекс Джини.
8. Монополия возникающая на основе сговора или подавления конкурентов – это...
- 1) естественная монополия;
  - 2) искусственная монополия;
  - 3) случайная монополия.
9. Цена, которая обеспечивает прибыль сверх нормальной – это...
- 1) монопольная цена;
  - 2) равновесная цена;
  - 3) эластичная цена.
10.  $\sum q_i/Q = \sum S_i$  – это показатель ....
- 1) индекса концентрации;
  - 2) коэффициент концентрации;
  - 3) индекс Герфиндаля-Хиршмана;
  - 4) коэффициент Джини.
11. Теория отраслевых рынков изучает источники рыночной власти с целью:
- 1) определить содержание и результаты антимонопольной политики государства;
  - 2) определить степень монополизации рынка;
  - 3) разрешение конфликта между собственниками и управляющими;
  - 4) определения дифференциации покупателей и продавцов.
12. Выделите тип рыночной структуры, характеризующий монополию:



- 1) большое количество продавцов и покупателей, однородность продукции, свободный вход на рынок и выход с него, совершенная информация о состоянии рынка
- 2) большое количество продавцов и покупателей, дифференциация продукции, свободный вход на рынок и выход с него, идентичные условия издержек и спроса
- 3) малое число продавцов и много покупателей, однородные или дифференцированные продукты, труднодоступный вход на рынок
- 4) один продавец и много покупателей, отсутствие товаров заменителей, высокий барьер входа блокирован вход новых фирм на рынок.

13. К чему приводит ценообразование Рамсея для многопродуктового естественного монополиста?

- 1) цена устанавливается на уровне средних издержек;
- 2) к отклонению цены товара от его предельных издержек обратно пропорционально эластичности спроса на этот товар;
- 3) к недоучету эффекта дохода и изменению предельной полезности денег.

## 9.2. Методические указания по выполнению контрольной работы

Учебным планом, предусматривается написание контрольной работы по дисциплине.

Контрольная работа – самостоятельный труд обучающегося, который способствует углублённому изучению пройденного материала.

Цель: более глубокое изучение и закрепление материала, получение навыков самостоятельной работы с литературой, освоение студентами основных положений теории отраслевых рынков.

Основные разделы дисциплины «Теория отраслевых рынков»:

1. Теории фирм и теории рынков: дискуссии и историческое развитие,
2. Стратегическое взаимодействие в краткосрочном и долгосрочном периоде,
3. Инновационная деятельность фирм,
4. Конкуренция на рынках дифференцированного продукта,
5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты,
6. Регулирование естественных монополий: методы и эффективность.

Контрольная работа оформляется в строгом соответствии со стандартами БрГУ на листах белой бумаги формата А 4 размером 210 \* 297 мм.

Согласно стандартам, контрольная работа должна содержать титульный лист с необходимой информацией; содержание с постраничным указанием выполненных разделов, которое размещается после титульного листа; список использованной литературы в конце работы, оформляемый в алфавитном порядке.

Контрольная работа должна быть выполнена аккуратно, без исправлений, все страницы – пронумерованы. Контрольная работа, не отвечающая требованиям, возвращается на доработку.

Выполнение контрольной работы представляет собой определенную последовательность логически связанных действий.

Основные этапы выполнения работы:

1. *Уяснение содержания темы и целевых установок.* На основе этого можно наметить главные вопросы, подлежащие рассмотрению, и их краткое содержание.

2. *Составление календарного плана,* который предусматривает: сроки подбора и изучения литературы, составление плана работы, написание каждого раздела темы, редактирование, оформление, изготовление схем, предоставление работы, доработку контрольной работы в целях устранения отмеченных недостатков и окончательное оформление.

3. *Подбор литературы по теме.* При подборе литературы целесообразно руководствоваться следующими критериями:

а) полнота охвата материала по теме. Не следует ограничиваться одним или двумя источниками, поскольку полноценная контрольная работа должна отражать не только

широкий круг фактов, но и различные (порой противоположные) мнения по тому или иному вопросу;

б) научный уровень издания. При выборе литературы следует отдавать предпочтение научным изданиям или учебным пособиям для вузов и избегать обращения к популярным и научно-популярным брошюрам (указание на тип издания содержится в аннотации);

в) новизна материала. Как правило, при наличии выбора следует использовать более поздние по времени издания, поскольку они, с одной стороны, содержат предшествующий опыт изучения проблемы, с другой более современные оценки исторических событий и т. д.

4. *Предварительное изучение литературы и составление плана.*

5. *Составление черновика контрольной работы.* Из отобранных источников извлекаются сведения, идеи, которые автор предполагает включить в текст работы. Обязательно указывается библиографическое описание литературы. Рекомендуются описание литературы производить в процессе ее отбора, чтобы избежать повторного обращения к источнику.

6. *Работа над текстом.* Текст работы составляется в соответствии с представленной структурой.

7. *Оформление библиографических ссылок и списка литературы* осуществляется в соответствии со стандартами.

Контрольная работа выполняется студентами по индивидуальным вариантам. Перед выполнением контрольной работы необходимо уточнить свой вариант у преподавателя.

Номер варианта указывается на титульном листе контрольной работы.

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

1. Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level
2. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic OPEN 1 license No Level
3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Security.
4. Adobe Reader
5. doPDF;
6. 7-Zip
7. ИСС «Кодекс». Информационно-справочная система
8. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

**11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ  
ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

<i>Вид занятия</i>	<i>Наименование аудитории</i>	<i>Перечень основного оборудования</i>	<i>№ Лк, ПЗ</i>
1	2	3	4
Лк	Лекционная аудитория (мультимедийный класс)	Персональный компьютер AMD FX-4100, интерактивная доска ActivBoard 595 Pro, интерактивный планшет Wacom PL-720, колонки акустические	Лк № 1-6
ПЗ	Дисплейный класс	Оборудование-10 шт. ПК P4-640 (монитор TFT 17 LG L1753S-SF); проектор EPSON Multi Media Projector EB-S62	ПЗ № 1-11
кр	Аудитория для курсового проектирования	Оборудование - 2 шт. ПК CPU 5000.2 (монитор TFT19 Samsung); принтер HP LaserJet P3005	-
	Читальный зал №1	Оборудование 10 ПК i5-2500/H67/4Gb(монитор TFT19 Samsung); принтер HP LaserJet P2055D	-
СР	Читальный зал №1	Оборудование 10 ПК i5-2500/H67/4Gb(монитор TFT19 Samsung); принтер HP LaserJet P2055D	-

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**1. Описание фонда оценочных средств (паспорт)**

№ компетенции	Элемент компетенции	Тема	ФОС
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	1. Теории фирм и теории рынков: дискуссии и историческое развитие	Вопросы к экзамену № 1.1 – 1.10
		2. Стратегическое взаимодействие в краткосрочном и долгосрочном периоде	Вопросы к экзамену № 2.1 – 2.14
		3. Инновационная деятельность фирм	Вопросы к экзамену № 3.1 – 3.6
		4. Конкуренция на рынках дифференцированного продукта	Вопросы к экзамену № 4.1 – 4.10
		5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты	Вопросы к экзамену № 5.1 – 5.6
		6. Регулирование естественных монополий: методы и эффективность	Вопросы к экзамену № 6.1 – 6.10

**2. Экзаменационные вопросы**

№ п/п	Компетенции		ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ	№ и наименование темы
	Код	Определение		
1	2	3	4	5
1.	ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p>1.1. Предмет, цели и задачи дисциплины «Теория отраслевых рынков»</p> <p>1.2. Исходная парадигма (базовая концепция) курса «Теория отраслевых рынков»</p> <p>1.3. Современные теоретические школы, их методологические отличия</p> <p>1.4. Фирма, как субъект отраслевого рынка</p> <p>1.5. Конкурентное поведение фирмы на рынке. Основные концепции конкуренции</p> <p>1.6. Максимизация прибыли и альтернативные цели фирмы</p> <p>1.7. Основные концепции фирмы</p> <p>1.8. Отрасль и отраслевой рынок – понятие, сущность</p>	1. Теории фирм и теории рынков: дискуссии и историческое развитие

			<p><b>1.9.</b> Границы отраслевого рынка</p> <p><b>1.10.</b> Классификация отраслевых рынков</p> <p><b>2.1.</b> Характеристика рынка совершенной конкуренции</p> <p><b>2.2.</b> Характеристика чистой монополии</p> <p><b>2.3.</b> Сравнительная характеристика СК и монополии</p> <p><b>2.4.</b> Особенности деятельности фирмы в условиях монополистической конкуренции</p> <p><b>2.5.</b> Характеристика олигополий</p> <p><b>2.6.</b> Основные показатели монопольной власти</p> <p><b>2.7.</b> Модель рынка с доминирующей фирмой</p> <p><b>2.8.</b> Классификация некооперативных стратегий поведения фирм на отраслевом рынке</p> <p><b>2.9.</b> Кооперативные стратегии поведения фирм на рынке</p> <p><b>2.10.</b> Картельные соглашения</p> <p><b>2.11.</b> Ценовая конкуренция и ограниченные мощности</p> <p><b>2.12.</b> Ограничение входа в рамках стратегического взаимодействия продавцов</p> <p><b>2.13.</b> Избыточные мощности как барьер входа</p> <p><b>2.14.</b> Ограничение входа в условиях неполноты информации</p>	<p><b>2.</b> Стратегическое взаимодействие в краткосрочном и долгосрочном периоде</p>
			<p><b>3.1</b> Инновации, их роль в производстве</p> <p><b>3.2</b> Кооперативные исследования и инновации</p> <p><b>3.3</b> Некооперативные исследования и инновации</p> <p><b>3.4</b> Патенты и патентная защита</p> <p><b>3.5</b> Оптимальная длительность патента</p> <p><b>3.6</b> Влияние структуры рынка на инновации</p>	<p><b>3.</b> Инновационная деятельность фирм</p>
			<p><b>4.1.</b> Сущность и этапы формирования отраслевой дифференциации</p> <p><b>4.2.</b> Дифференциация продукта и конкуренция</p> <p><b>4.3.</b> Модели пространственной дифференциации продукта</p> <p><b>4.4.</b> Модели вертикальной дифференциации продукта</p> <p><b>4.5.</b> Реклама и рыночные стратегии предприятий в условиях олигополии</p> <p><b>4.6.</b> Информативная реклама, ее роль в ценообразовании</p> <p><b>4.7.</b> Проблемы, возникающие в связи с асимметричностью информации о</p>	<p><b>4.</b> Конкуренция на рынках дифференцированного продукта</p>

			качестве товара	
			4.8. Ценовая дискриминация потребителей	
			4.9. Проблемы развития рынка с вертикально дифференцированным продуктом	
			4.10. Цена и расходы на рекламу как сигналы качества	
			5.1. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты
			5.2. Стимулы и издержки вертикальной интеграции отраслевых структур	
			5.3. Способы установления вертикального контроля	
			5.4. Образование финансово-промышленных групп как форма проявления вертикальной интеграции	
			5.5. Сравнительная эффективность вертикальных ограничивающих контрактов	
			5.6. Воздействие вертикальных контрактов на конкуренцию	
			6.1. Особенности отраслевого рынка естественной монополии	6. Регулирование естественных монополий: методы и эффективность
			6.2. Виды естественных монополий	
			6.3. Регулирование естественных монополий	
			6.4. Антимонопольная политика государства	
			6.5. Использование ценовой дискриминации в регулировании	
			6.6. Цены пиковой и непиковой нагрузки	
			6.7. Неэффективность тарифного регулирования естественных монополий	
			6.8. Модели развития конкуренции на рынках естественной монополии	
			6.9. Вертикальное обособление и проблема доступа	
			6.10. Теория и практика эффективного составного ценообразования	

### 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Показатели	Оценка	Критерии
<b>Знать</b> (ОК-3): - основы экономических знаний; <b>Уметь</b> (ОК-3):	отлично	Оценка «отлично» ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении с формируемыми компетенциями, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала, освоившим основную литературу и знакомым с дополнительной

<p>- использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</p> <p><b>Владеть (ОК-3):</b></p> <p>– навыками основ экономических знаний в различных сферах деятельности.</p>		литературой, рекомендованной программой.
	<b>хорошо</b>	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, обнаружившему полное знание учебного материала, формирующего компетенции, освоившему основную литературу, рекомендованную программой.
	<b>удовлетворительно</b>	Оценка «удовлетворительно» ставится обучающимся, усвоившим необходимые знания по формируемым компетенциям, но допустившим неточности в ответе на экзамене.
	<b>неудовлетворительно</b>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, позволяющего сформировать компетенции, допустившему принципиальные ошибки в ответе на экзамене.

#### 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» направлена на ознакомление с теоретическими вопросами, связанными с основами функционирования отраслевых рынков и оптимизации поведения их участников.

Изучение дисциплины «Теория отраслевых рынков» предусматривает:

- лекции;
- практические занятия;
- самостоятельную работу;
- выполнение контрольной работы;
- экзамен.

В ходе освоения раздела 1 «Теории фирм и теории рынков: дискуссии и историческое развитие» обучающиеся должны уяснить основные понятия «фирма», «рынок», «отрасль», «отраслевой рынок» как основных звеньев экономики страны, уяснить формы организации отраслевых рынков.

Необходимо овладеть навыками и умениями в области ценообразования продукции предприятия.

В процессе изучения дисциплины рекомендуется на первом этапе обратить внимание на альтернативные цели фирмы.

В ходе освоения раздела 2 «Стратегическое взаимодействие в краткосрочном и долгосрочном периоде» обучающиеся должны уяснить формы конкурентных структур, выявить особенности оптимизации деятельности фирм в рамках каждой рыночной структуры.

Необходимо овладеть навыками и умениями в области ограничения входа в условиях неполноты информации.

В процессе изучения дисциплины рекомендуется на втором этапе обратить внимание на влияние концепции состязательных рынков на развитие теории и экономическую

политику.

В ходе освоения раздела 3 «Иновационная деятельность фирм» обучающиеся должны знать основы кооперативного и некооперативного исследований.

Необходимо овладеть навыками и умениями применения патентной защиты.

В процессе изучения дисциплины рекомендуется на третьем этапе обратить внимание на влияние структуры рынка на инновации.

В ходе освоения раздела 4 «Конкуренция на рынках дифференцированного продукта» обучающиеся должны уяснить базовые модели дифференциации продукта.

Необходимо овладеть навыками и умениями определения оптимальных расходов компании на рекламу.

В процессе изучения дисциплины рекомендуется на четвертом этапе обратить внимание на проблемы развития рынка с вертикально дифференцированным продуктом.

В ходе освоения раздела 5 «Вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты» обучающиеся должны уяснить сущность и основное содержание понятий вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты.

Необходимо овладеть навыками и умениями определения отрицательных внешних эффектов и эффективности вертикальных ограничивающих контрактов.

В процессе изучения дисциплины рекомендуется на пятом этапе обратить внимание на воздействие вертикальных контрактов на конкуренцию.

В ходе освоения раздела 6 «Регулирование естественных монополий: методы и эффективность» обучающиеся должны уяснить сущность государственного регулирования естественных монополий.

Необходимо овладеть навыками и умениями в области ценообразования естественных монополий.

В процессе изучения дисциплины рекомендуется на шестом этапе обратить внимание на неэффективность тарифного регулирования естественных монополий.

При подготовке к экзамену рекомендуется особое внимание уделить вопросам, указанным в ФОС.

В процессе проведения практических занятий происходит закрепление знаний, формирование умений и навыков в области методов анализа экономической информации.

Самостоятельную работу необходимо начинать с проработки конспекта лекций, обобщения, систематизации, углубления и конкретизации полученных теоретических знаний с использованием основной и дополнительной литературы, а также рекомендуемых ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Работа с литературой является важнейшим элементом в получении знаний по дисциплине. Прежде всего, необходимо воспользоваться списком рекомендуемой по данной дисциплине литературы. Дополнительные сведения по изучаемым темам можно найти в периодической печати и Интернете.

Предусмотрено проведение аудиторных занятий в виде лекций и практических занятий в сочетании с внеаудиторной работой.

В процессе консультации с преподавателем обучающийся может уточнить отдельные положения по изучаемым вопросам по дисциплине.



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**Теория отраслевых рынков**

**1. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является: овладение основами теоретических знаний в области экономики отраслевых рынков и умение применять их на практике.

Задачей изучения дисциплины является: овладение обучающимися, на основе изложенных требований к формированию компетенций в ФГОС ВО, навыками анализировать принимаемые решения на уровне предприятия и на уровне национальной экономики.

**2. Структура дисциплины**

2.1 Общая трудоемкость дисциплины составляет 216 часов, 6 зачетных единиц.

2.2 Основные разделы дисциплины:

- 1 – Теории фирм и теории рынков: дискуссии и историческое развитие
- 2 – Стратегическое взаимодействие в краткосрочном и долгосрочном периоде
- 3 – Исследования, инновации и патенты
- 4 – Конкуренция на рынках дифференцированного продукта
- 5 – Вертикальная интеграция и вертикальные ограничивающие контракты
- 6 – Регулирование естественных монополий: методы и эффективность

**3. Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

**4. Вид промежуточной аттестации: экзамен**

*Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе  
на 20\_\_-20\_\_ учебный год*

1. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие дополнения:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие изменения:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.,  
(разработчик)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

Программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика от «12» ноября 2015 г. № 1327

для набора 2016 года: и учебным планом ФГБОУ ВО «БрГУ» для очной формы обучения от «08» февраля 2016 г. № 58, для заочной (ускоренной) формы обучения от «06» июня 2016 г. № 429,

для набора 2017 года: и учебным планом ФГБОУ ВО «БрГУ» для очной формы обучения от «06» марта 2017 г. № 125, заочной формы обучения от «06» марта 2017 г. № 125, для заочной (ускоренной) формы обучения от «04» апреля 2017 г. № 203,

для набора 2018 года: и учебным планом ФГБОУ ВО «БрГУ» для очной формы обучения от «12» марта 2018 г. № 130, заочной формы обучения от «12» марта 2018 г. № 130

**Программу составил:**

Сладкова Е.А., ст. преподаватель базовой кафедры ЭиМ \_\_\_\_\_

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании базовой кафедры ЭиМ

от «20» декабря 2018 г., протокол № 8

Заведующий базовой кафедрой ЭиМ \_\_\_\_\_ М.И.Черутова

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий выпускающей кафедрой ЭиМ \_\_\_\_\_ М.И.Черутова

Директор библиотеки \_\_\_\_\_ Т.Ф. Сотник

Рабочая программа одобрена методической комиссией ФЭиУ

от «28» декабря 2018 г., протокол № 4

Председатель методической комиссии факультета \_\_\_\_\_ Е.В. Трапезникова

**СОГЛАСОВАНО:**

Начальник  
учебно-методического управления \_\_\_\_\_ Г.П. Нежевец

Регистрационный № 829