

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Вологодская государственная молочнохозяйственная
академия имени Н.В. Верещагина»

Факультет экономический

Кафедра экономики и управления в АПК

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Анализ отраслевых рынков и конкурентная политика

Направление подготовки (специальность)

38.04.01 Экономика

Профиль

Экономика и организация бизнес-предприятий в АПК

Квалификации выпускника магистр

Вологда – Молочное
2024 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Экономика и организация бизнес-предприятий в АПК».

Разработчик, к.э.н., доцент _____ Шадрин С.Н.

Программа одобрена на заседании кафедры экономики и управления в АПК от «25» января 2024 года, протокол № 6.

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент _____ Шилова И.Н.

Рабочая программа дисциплины согласована на заседании методической комиссии экономического факультета «15» февраля 2024 года, протокол № 6.

Председатель методической комиссии,
к.ф.н., доцент _____ Дьякова Н.С.

1 Цели и задачи учебной дисциплины

Цели изучения дисциплины «Анализ отраслевых рынков и конкурентная политика» развитие и углубление навыков экономического анализа и оценки поведения предприятия в условиях разных типов рыночных структур и отраслевой политики государства; формирование у студентов представления о поведении предприятия и его эффективности в зависимости от реальных и предполагаемых действий других экономических агентов, в том числе государства.

Задачи дисциплины:

- 1) анализ основных закономерностей функционирования различных рынков;
- 2) анализ современных методов регулирования различных типов рынка с учетом специфики естественных монополий и различных рыночных структур;
- 3) анализ специфики ценового поведения предприятий в условиях различных рыночных структур, анализ вертикальной интеграции и вертикальных ограничений;
- 4) поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для конкретных экономических расчетов;
- 5) подготовка исходных данных для экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП

Индекс дисциплины: Б1.В.06

Область профессиональной деятельности магистров включает:

08 Финансы и экономика

Виды профессиональной деятельности выпускников:

- проектно-экономический
- организационно-управленческий
- научно -исследовательский

Объекты профессиональной деятельности выпускников:

- поведение хозяйствующих агентов, их затраты и результаты,
- функционирующие рынки,
- финансовые и информационные потоки,
- производственные и научно-исследовательские процессы

К числу входных знаний навыков и компетенций студента, приступающего к изучению дисциплины «Анализ отраслевых рынков и конкурентная политика», должно относиться следующее:

- умение в соответствии с нормами русского литературного языка логически правильно строить устную и письменную речь. Обладать навыком написания реферативных работ и выступлений с докладами на заданную тему;

знание экономических основных законов и закономерностей функционирования организаций;

обладание необходимым запасом знаний по дисциплинам «Экономика предприятий АПК», «Организация инновационной деятельности», «Менеджмент», «Коммерческая деятельность».

обладание навыками изучения учебной литературы, её конспектирования и анализа;

обладание элементарными навыками компьютерной грамотности, пользование сетью Интернет для поиска информации.

3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек на производство и реализацию продукции, устранению потерь и непроизводительных расходов.	ИД-1 _{ПК-1} Знает методы определения экономической эффективности внедрения инновационных технологий организации труда. ИД-2 _{ПК-1} Умеет принимать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности организации. ИД-3 _{ПК-1} Владеет методами определения экономической эффективности внедрения инновационных технологий организации труда, навыками разработки мер по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижения издержек на производство и реализацию продукции, устранения потерь и непроизводительных расходов.

4 Структура и содержание учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

4.1 Структура учебной дисциплины

Вид учебной работы	Всего часов (очно) 4 семестр	Всего часов (очно-заочно)
Аудиторные занятия (всего)	24	20
В том числе:		
Лекции (Л)	12	10
Практические занятия (ПЗ)	12	10
Самостоятельная работа	116	120
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет

Контроль	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы	144	144
Зачетные единицы	4	4

4.2 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Цели, предмет и особенности экономики отраслевых рынков

Значение, предмет, сфера исследования экономики отраслевых рынков; два подхода к изучению: с точки зрения взаимосвязи структуры, поведения и результата и с точки зрения теории цен; издержки контроля и транзакционные издержки; взаимосвязь с другими дисциплинами. Фирма как ключевой институт экономики отраслевых рынков: основные концепции фирмы; классификация внутренних структур фирмы. Методология исследования рыночных структур, анализ структуры рынков, факторы, определяющие структуру рынка, динамика рынка. Структура рынка и эффективность функционирования рынка.

Тема 2. Информация и структура рынка

Модели дифференциации продукта и их практическое применение: модель монополистической конкуренции Чемберлина; модель «линейного города» Хотеллинга; модель «кругового города» Салопа; модель дифференциации продукции по совокупности характеристик Ланкастера; модель зависимости оптимального объема рекламных расходов от характеристик остаточного спроса на товар фирмы (модель Дорфмана-Штайнера); модель выбора потребителя на рынке товаров, различных по качеству (модель Саттона).

Тема 3. Рыночная концентрация: монополярная власть и доминирующее положение, потери общества

Показатели концентрации продавцов на рынке: показатель размера фирмы, показатели концентрации; барьеры входа на рынок и выхода с рынка и структура рынка; слияние и поглощение, показатели монополярной власти: коэффициент Бэйна, коэффициент Лернера, максимизация прибыли монополии, последствия монополярной власти. Доминирующая фирма: ценовое лидерство доминирующей фирмы; модель самоубийственного поведения доминирующей фирмы; статические модели ценообразования, ограничивающие вход; динамическая модель ценообразования, ограничивающая вход; потребительское ценообразование на рынке доминирующей фирмы; квазиконкурентные рынки.

Тема 4. Олигополия

Экономические теории олигопольного ценообразования, условия, способствующие координации олигополий. Условия, ограничивающие олигопольную координацию. Динамика ценообразования в условиях монополии и олигополии. Классификация некооперативных стратегий поведения; кооперативные модели поведения олигополистов.

Тема 5. Вертикальная интеграция

Понятие вертикальной интеграции, ее преимущества и недостатки,

формы вертикального контроля, вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами, власть покупателя и вертикальное ценообразование. Образование холдингов в России

Тема 6. Ценовая дискриминация

Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации; типы ценовой дискриминации. Методы ценовой дискриминации: связанные продажи, определение комбинаций объема покупки/цены, сезонное ценообразование. Межвременная дискриминация; парадокс Коуза. Ценовая дискриминация на отечественных и зарубежных рынках.

Тема 7. Отраслевой рынок и дифференциация продукта

Дифференциация продукта, структура рынка и конкуренция. Структура рынка, патенты и технологические инновации. Модели рынка с горизонтальной дифференциацией продукта.

Тема 8. Государственная отраслевая политика

Промышленная политика государства в отношении рыночных структур, типы отраслевой политики; государственной регулирование естественных монополий. Политика протекционизма, импортозамещения и стимулирования экспорта. Цели антимонопольной политики государства. Антимонопольная политика отдельных развитых стран (Германия, Великобритания, Италия, Япония). Антимонопольная политика в России.

4.3 Разделы учебной дисциплины и вид занятий

№ п.п.	Наименование разделов дисциплины	Лекции	Практические занятия	СРС	Контроль	Всего
1	Цели, предмет и особенности экономики отраслевых рынков	1	1	14	0,5	16,5
2	Информация и структура рынка	1	1	14	0,5	16,5
3	Рыночная концентрация: монопольная власть и доминирующее положение, потери общества	2	2	15	0,5	19,5
4	Олигополия	1	1	14	0,5	16,5
5	Вертикальная интеграция	2	2	15	0,5	19,5
6	Ценовая дискриминация	2	2	15	0,5	19,5
7	Отраслевой рынок и дифференциация продукта	2	2	15	0,5	19,5
8	Государственная отраслевая политика	1	1	14	0,5	16,5
Итого		12	12	116	4	144

5 Матрица формирования компетенций по дисциплине

№ п/п	Раздел дисциплины	Компетенции	Общее количество компетенций
		ПК-1	

1	Цели, предмет и особенности экономики отраслевых рынков	+	1
2	Информация и структура рынка	+	1
3	Рыночная концентрация: монопольная власть и доминирующее положение, потери общества	+	1
4	Олигополия	+	1
5	Вертикальная интеграция	+	1
6	Ценовая дискриминация	+	1
7	Отраслевой рынок и дифференциация продукта	+	1
8	Государственная отраслевая политика	+	1

6 Образовательные технологии

Объем аудиторных занятий: всего 24 часов, в том числе лекции 12 часов, практические занятия 12 часов, лабораторные работы не предусмотрены, интерактивные занятия от общего объема аудиторных занятий составляют 66,7 %.

Семестр	Вид занятия (Л, ПЗ)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
4	Л	Проблемная лекция на тему «Информация и структура рынка»	2
	ПЗ	Групповая работа Олигополия	2
	ПЗ	Групповая работа Вертикальная интеграция	2
	Л	Проблемная лекция Ценовая дискриминация	2
Итого			8

7 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1 Виды самостоятельной работы, порядок их выполнения и контроля

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды СРС	Порядок выполнения СРС	Метод контроля
1	Цели, предмет и особенности экономики отраслевых рынков	Подготовка к тестированию	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами	Тестирование
2	Информация и структура рынка	Подготовка к самостоятельной работе	Работа с лекционным материалом и материалом практических	Самостоятельная работа

			занятий, основной и дополнительной литературой	
3	Рыночная концентрация: монопольная власть и доминирующее положение, потери общества	Подготовка к ПЗ, работа над рефератом	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами	Проверка и защита реферата
4.	Олигополия	Подготовка к контрольной работе	Работа с лекционным материалом, литературой, интернет-ресурсами	Оценка контрольной работы
5	Вертикальная интеграция	Подготовка групповой работе	Работа с лекционным материалом, литературой, интернет-ресурсами	Оценка групповой работы
6	Ценовая дискриминация	Подготовка к семинару	Работа с лекционным материалом, материалами практических занятий, литературой, Интернет-ресурсами	Доклады по теме на семинаре
7	Отраслевой рынок и дифференциация продукта	Подготовка к ПЗ	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами	Доклады по теме на семинаре.
8	Государственная отраслевая политика	Подготовка к тестированию	Работа с лекционным материалом, основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами	Тестирование

7.2 Контрольные вопросы для самопроверки

№ п/п	Раздел дисциплины	Контрольные вопросы для самопроверки
1	Цели, предмет и особенности экономики отраслевых рынков	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что является объектом исследования экономики отраслевых рынков? 2. Отраслеобразующие признаки. 3. Охарактеризуйте основные субъекты отраслевых рынков. 4. Каковы современные направления исследования экономик отраслевых рынков? 5. На чем основана теоретическая база экономик отраслевых рынков?
2	Информация и структура рынка	<ol style="list-style-type: none"> 1. Границы отраслевых рынков. Коэффициент перекрестной эластичности. 2. В чем заключается сущность гарвардской парадигмы отраслевых рынков? 3. Что предлагает Чикагская школа в исследованиях экономики отраслевых рынков? 4. Рыночная власть: понятие, источники причины, факторы 5. Какие барьеры выделяются на отраслевом рынке?
3	Рыночная концентрация: монопольная власть и доминирующее положение, потери общества	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие показатели рыночной (монопольной) власти. 2. Что понимается под термином монополия? 3. Каковы причины возникновения естественных монополий? 4. Какие цели антимонопольной политики государства? 5. Основные принципы антимонопольной политики в России?
4	Олигополия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблемы поведения фирм в условиях олигополии. 2. Каковы особенности олигополистического взаимодействия? 3. Дайте характеристику модели Курно 4. Каковы модели кооперативного поведения фирм-олигополистов? 5. Охарактеризуйте условия функционирования картелей. 6. При каких условиях возможен тайный сговор?
5	Вертикальная интеграция	<ol style="list-style-type: none"> 1. Интеграция: сущность, направления, признаки проявления в экономических системах. 2. Горизонтальная интеграция: понятие, причины, преимущества и недостатки. 3. Вертикальная интеграция: виды, направления. 4. Формы интеграции и их особенности. 5. Кооперирование: сущность, формы, показатели
6	Ценовая дискриминация	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что представляет собой ценовая дискриминация? 2. В чем заключается парадокс Коуза? 3. В чем различие ценовой и неценовой дискриминации? 4. В чем состоит практика ценовой дискриминации? 5. При каких предпосылках проявляется ценовая дискриминация?
7	Отраслевой рынок и дифференциация продукта	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие существуют виды дифференциации продукта? 2. Что представляет собой дифференциация товара? 3. Какие продукты являются дифференцированными? 4. Охарактеризуйте виды дифференциации продукта. 5. Какие модели пространственной дифференциации

		продукта существуют? 6. В чем состоят основные последствия дифференциации продукта?
8	Государственная отраслевая политика	1. Какие есть формы государственного регулирования естественных монополий? 2. Перечислите экономические законы, без учета которых невозможно эффективное управление отраслью. 3. Чем вызвана необходимость и возможность государственного регулирования рыночной экономики? 4. Перечислите систему мер государственного воздействия на экономику в условиях рынка

7.3 Вопросы для промежуточной аттестации

Вопросы для зачета

1. Объект и предмет экономики отраслевых рынков.
2. Формирование экономики отраслевых рынков как науки. Подходы к анализу организации отраслевых рынков. Гарвардская парадигма. Чикагская школа.
3. Фирма в экономике отраслевых рынков. Определение рынка и отрасли. Классификация рынков.
4. Границы рынка: выделение границ продуктового рынка, определение географически ограниченного рынка.
5. Рыночная структура: понятие и типы. Характеристика основных рыночных структур. Факторы, определяющие рыночную структуру.
6. Показатели отраслевой концентрации: число фирм на рынке, индекс концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс Холла-Тайдмана, Индекс энтропии, Индекс Ханна-Кея, индекс энтропии.
7. Показатели рыночной власти фирмы: индекс Бейна, индекс Лернера, индекс Тобина. Концентрация и результативность рынка.
8. Определение барьеров входа-выхода на рынок. Классификация рыночных барьеров. Виды нестратегических барьеров.
9. Виды стратегических барьеров. Отсутствие барьеров входа и теория квазиконкурентных рынков.
10. Статистика входа-выхода.
11. Продукт как набор характеристик. Понятие дифференциации продукта.
12. Виды продуктовой дифференциации: горизонтальная дифференциация, вертикальная дифференциация.
13. Измерение продуктовой дифференциации.
14. Модели дифференциации продукта
15. Проблема продуктовой дифференциации с точки зрения диверсификации производства.
16. Ценовая дискриминация как экономическое явление.
17. Виды ценовой дискриминации.
18. Ценообразование взаимосвязанных продаж. Межвременная ценовая дискриминация.
19. Грабительское ценообразование.

20. Вертикальная интеграция как экономическое явление. Понятие вертикальных ограничений. Типы вертикальной интеграции.
21. Издержки вертикальной интеграции.
22. Последствия вертикальной интеграции для экономики в целом.
23. Особенности вертикальных отношений в России.
24. Отраслевая политика: понятие, цели, инструменты, типы.
25. Государственная промышленная политика: понятие, цели, инструменты, типы.
26. Антимонопольная политика государства.
27. Особенности отраслевой политики в экономике России.
28. Поведение доминирующей фирмы: кооперированные и некооперированные взаимодействия фирм
29. Кооперированные взаимодействия фирм: картельные соглашения фирм, сознательное подражание.
30. Монополия как объект экономического анализа (понятие, виды, альтернативные издержки монополизации, X-неэффективность).

Тестовые задания для зачета

<p>1. Все условия Парето – оптимальности соблюдаются только при:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) регулируемой монополии; б) совершенной конкуренции; в) монополистической конкуренции; г) олигополии
<p>2. Рынок как экономическая система представляет собой:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) систему хаоса, анархии и неопределенности; б) сложный механизм координации, действующий через систему рынков, цен, конкуренции; <p>систему экономических отношений производителей и потребителей;</p> <p>систему, предполагающую широкое использование капитала с целью повышения эффективности экономики</p>
<p>3. Если монополия в отрасли сменяется монополистической конкуренцией, то от этого:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) выигрывают продавцы б) выигрывают и продавцы, и покупатели в) выигрывают покупатели г) никто не выигрывает
<p>4. Какое из определений рынка наиболее убедительно:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) рынок – это система отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию выравниваться; б) рынок – это механизм взаимодействия покупателей и продавцов, отношение спроса и предложения; в) рынок – это сфера обмена внутри страны и между странами, связывающая производителей и потребителей продукции; г) рынок – это территория, географическое пространство, в пределах которого происходят продажа и купля определенного товара; д) рынок – это система, организованная по законам товарного производства и обращения, совокупность отношений товарного обмена
<p>5. При классификации рынков на дефицитный рынок (рынок продавца), избыточный рынок (рынок покупателя) и равновесный рынок главным критерием является:</p>

<p>а) степень конкурентности рынков;</p> <p>б) экономическое назначение объектов рыночных отношений;</p> <p>в) уровень насыщенности рынков;</p> <p>г) соответствие законам;</p> <p>д) территориальный (географический) признак.</p>
<p>6. При характеристике рыночных структур решающее значение имеет:</p> <p>а) число фирм, их размеры и условия вступления в отрасль и на рынок, вход и выход из него;</p> <p>б) тип продукции, контроль над ценой;</p> <p>в) тип конкуренции и доступность;</p> <p>г) все перечисленное;</p> <p>д) ничего из перечисленного.</p>
<p>7. Значение коэффициента рыночной концентрации в интервале от 45% до 70% свидетельствует о:</p> <p>а) высоком уровне концентрации товарного рынка;</p> <p>б) низком уровне концентрации товарного рынка;</p> <p>в) нулевом уровне концентрации товарного рынка;</p> <p>г) умеренном уровне концентрации товарного рынка</p>
<p>8. Индекс, который показывает среднюю долю фирм, действующих на рынке, по натуральному алгоритму обратной ей величине:</p> <p>а) энтропии;</p> <p>б) Хиршмана;</p> <p>в) Джинни;</p> <p>г) Лернера</p>
<p>9. Какой из барьеров входа на рынок является стратегическим:</p> <p>а) дифференциация продукта;</p> <p>б) иностранная конкуренция;</p> <p>в) применение запретительных цен;</p> <p>г) эластичность и темпы роста спроса.</p>
<p>10. К альтернативным методам исследования структуры рынка относят:</p> <p>а) расчет индекса концентрации;</p> <p>б) индекс Лернера;</p> <p>в) составление перечня товаров-заменителей;</p> <p>г) регулярные опросные методы руководителей предприятий, анкетирование, мониторинг</p>
<p>11. На какой стадии жизненного цикла товара рынок характеризуется наиболее высокими затратами на выход (барьерами выхода):</p> <p>а) зарождение;</p> <p>б) ускорение роста;</p> <p>в) зрелость;</p> <p>г) замедление роста;</p> <p>д) затухание</p>
<p>12. Ситуация на рынке, когда информация о качестве товара известна только продавцу этого товара:</p> <p>а) неполная, но симметричная информация;</p> <p>б) неполная и асимметричная информация;</p> <p>в) полная и симметричная информация;</p> <p>г) нет правильного ответа</p>
<p>13. В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из:</p> <p>а) качества;</p> <p>б) торговой марки;</p>

<p>в) упаковки; г) уровня цены д) уровня дохода</p>
<p>14. Фирмы-виоленты, отличающиеся особо крупными размерами; средним по темпу, но очень устойчивым ростом; широкой диверсифицированностью и наличием сети зарубежных филиалов – это: а) «гордые львы»; б) «могучие слоны»; в) «неповоротливые бегемоты»; г) «хитрые лисы».</p>
<p>15. В соответствии с теоремой Дорфмана-Штайнера оптимальная доля расходов на рекламу увеличивается при: а) росте эластичности спроса по расходам на рекламу и росте монопольной власти; б) росте эластичности спроса по расходам на рекламу и снижении монопольной власти; в) снижении эластичности спроса по расходам на рекламу и росте монопольной власти; г) снижении эластичности спроса по расходам на рекламу и снижении монопольной власти</p>
<p>16. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется: а) стратегия поддержки позиций б) стратегия интеграции; в) стратегия лидерства в нише; г) стратегия выхода за пределы ниши.</p>
<p>17. Дифференциация продукта – это: а) универсальный приём ценовой конкуренции; б) процесс создания разновидностей продукта, отличающихся по качественным и сервисным характеристикам, по рекламно-маркетинговому обеспечению, и ориентированных на разные слои потребителей; в) процесс проникновения фирмы в смежные отрасли (подотрасли) производства; г) закономерность, состоящая в том, что две или более фирмы никогда не занимают полностью совпадающую рыночную нишу.</p>
<p>18. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара: а) ценовая конкуренция; б) неценовая конкуренция; в) недобросовестная конкуренция; г) прямая конкуренция.</p>
<p>19. Верхняя граница цены определяется: а) затратами и максимальной прибылью б) спросом в) суммой внешних и внутренних затрат г) суммой постоянных и переменных затрат</p>
<p>20. В какую сторону цена может отклоняться от стоимости: а) цена всегда выше стоимости б) цена всегда равна стоимости в) цена может быть выше или ниже стоимости г) цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях</p>
<p>21. Для ценообразования в условиях олигополии характерно, что: а) цены более «жесткие», т. е. меняются не так быстро и значительно, как при других рыночных структурах б) фирмы меняют цены одновременно в) цена воспринимается как внешний фактор, на который фирма не может влиять</p>

<p>г) фирма самостоятельно в определенных пределах меняет цену реализуемого товара в любом направлении</p>
<p>22. Отличие ценообразования в условиях совершенной конкуренции от ценообразования в условиях несовершенной конкуренции заключается в том, что:</p> <p>а) в условиях совершенной конкуренции фирма вынуждена приспосабливаться к существующей рыночной цене, а в условиях несовершенной конкуренции она может «диктовать» свою цену;</p> <p>б) в условиях совершенной конкуренции фирма распространяет свое влияние на меньшее число агентов, чем в условиях несовершенной конкуренции;</p> <p>в) в условиях совершенной конкуренции фирма применяет ценовую дискриминацию, а в условиях несовершенной конкуренции – неценовую дискриминацию;</p> <p>г) в условиях несовершенной конкуренции у фирмы нет стимулов назначать цену выше предельных издержек.</p>
<p>23. Предприятия на рынке монополистической конкуренции имеют ограниченный контроль по ценам из-за:</p> <p>а) большого количества конкурентов;</p> <p>б) невозможности из-за объема предложения изменить рыночную ситуацию;</p> <p>в) относительно малой доли на рынке;</p> <p>г) различных уровней доходов потребителей</p>
<p>24. Одежда в сети магазинов «Наф-Наф» не отличается высоким качеством. Она рассчитана на носку в течение одного сезона и замену на новые модели, вошедшие в моду. Это пример:</p> <p>а) ценовой дискриминации первого вида</p> <p>б) межвременной ценовой дискриминации</p> <p>в) клубного ценообразования</p> <p>г) лимитирующего ценообразования</p> <p>д) грабительского ценообразования</p>
<p>25. Антимонопольное законодательство нацелено в первую очередь на обеспечение</p> <p>а) потребителей общественными товарами и услугами;</p> <p>б) условий конкуренции;</p> <p>в) полной занятости;</p> <p>г) экономической свободы.</p>
<p>26. В отношении каких из ниже приведенных случаев, с Вашей точки зрения, было бы целесообразно принять антимонопольное законодательство:</p> <p>а) на основе тайного сговора директора нескольких фабрик по производству бытовых электроприборов устанавливают единые цены на свою продукцию, что позволяет им диктовать условия продаж в отрасли;</p> <p>б) происходит слияние одной из многочисленных страховых компаний и завода по производству синтетических волокон;</p> <p>в) происходит слияние нескольких заводов по производству синтетических волокон;</p> <p>г) завод по производству химических удобрений, благодаря внедрению новой технологии и полученному эффекту экономии на масштабах производства, имеет возможность диктовать условия продаж в отрасли.</p>
<p>27. Выделите пункт, где административные методы государственного регулирования не являются основными:</p> <p>а) фискальная политика;</p> <p>б) разработка национальной системы стандартизации и сертификации;</p> <p>в) антимонопольное регулирование;</p> <p>г) создание государственных заказчиков.</p>
<p>28. Государственная политика, направленная на макроэкономическую стабилизацию в фазе спада – это:</p> <p>а) рост процентных ставок по ссудам банка;</p>

<p>б) сокращение государственных расходов для снижения безработицы;</p> <p>в) сдерживание дополнительного кредитования;</p> <p>г) снижение налоговых ставок.</p>
<p>29. Государственное регулирование рыночной экономики:</p> <p>а) порождено исключительно интересами бюрократического государственного аппарата;</p> <p>б) служит экономическим целям национального финансового хозяйства;</p> <p>в) вызвано, прежде всего, интересами военно-промышленного комплекса;</p> <p>г) призвано служить укреплению существующего строя, адаптации его к меняющимся условиям путем постановки и решения задач, которые не может решать рыночный механизм.</p>
<p>30. Если цена капитала регулируется государством, то естественная монополия будет:</p> <p>а) применять непропорционально больший объем труда по сравнению с другими факторами производства;</p> <p>б) расходовать непропорционально больше природных ресурсов и электроэнергии;</p> <p>в) получать нулевую прибыль;</p> <p>г) применять непропорционально большой объем капитала по сравнению с другими факторами производства;</p> <p>д) сокращать выпуск своей продукции.</p>

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Проскурина З. Б., Макарова Е. Е. Экономика отраслевых рынков: Учебное пособие Издательство "Проспект"- 2021. – 214с. – Текст: электронный. - URL: <https://e.lanbook.com/book/281138>

2. Экономика фирмы (организации, предприятия): учебник / под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк, Б. Н. Чернышева. - 2-е изд. - Электрон.дан. - М. : Вузовский учебник : Инфра-М, 2019. - 296 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=992047>

3. Экономика предприятия (организации, фирмы): учебник / О. В. Девяткин [и др.] ; под ред.: О. В. Девяткина, А. В. Быстрова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Электрон.дан. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 777 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=1070322>

4. Управленческая экономика: учебник / М. А. Сажина. - Электрон.дан. - Москва : ФОРУМ : Инфра-М, 2020. - 208 с. - (Высшее образование - Магистратура). - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=1062366>

8.2 Дополнительная литература

1. Теория отраслевых рынков. В 2 ч. Ч. 1 : учебник для академического бакалавриата / Н.М. Розанова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 345 с. - Текст: непосредственный

3. Теория отраслевых рынков. В 2 ч. Ч. 2 : учебник для академического бакалавриата / Н.М. Розанова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство

Юрайт, 2019. – 314 с. - Текст: непосредственный

4. Теория отраслевых рынков. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / Н.М. Розанова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 492 с. - Текст: непосредственный

8.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows XP / Microsoft Windows 7 Professional , Microsoft Office Professional 2003 / Microsoft Office Professional 2007 / Microsoft Office Professional 2010

STATISTICA Advanced + QC 10 for Windows

в т.ч. отечественное

Astra Linux Special Edition РУСБ 10015-01 версии 1.6.

1С:Предприятие 8. Конфигурация, 1С: Бухгалтерия 8 (учебная версия)

Project Expert 7 (Tutorial) for Windows

СПС КонсультантПлюс

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный

Свободно распространяемое лицензионное программное обеспечение:

OpenOffice

LibreOffice

7-Zip

Adobe Acrobat Reader

Google Chrome

в т.ч. отечественное

Яндекс.Браузер

Информационные справочные системы

– [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/) – режим доступа:

<http://window.edu.ru/>

– ИПС «КонсультантПлюс» – режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

– Интерфакс - Центр раскрытия корпоративной информации (сервер раскрытия информации) – режим доступа: <https://www.e-disclosure.ru/>

– Информационно-правовой портал ГАРАНТ.RU – режим доступа:

<http://www.garant.ru/>

– Автоматизированная справочная система «Сельхозтехника» (web-версия) - режим доступ: <http://gtexam.ru/>

Профессиональные базы данных

– Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – режим доступа:

<http://elibrary.ru>

– Научометрическая база данных Scopus: база данных рефератов и цитирования – режим доступа:

<https://www.scopus.com/customer/profile/display.uri>

– Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики

– режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (Открытый доступ)

– Российская Академия Наук, открытый доступ к научным журналам –

режим доступа: <http://www.ras.ru> (Открытый доступ)

– Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации – режим доступа: <http://mex.ru/> (Открытый доступ)

Электронные библиотечные системы:

– Электронный библиотечный каталог Web ИРБИС – режим доступа: https://molochnoe.ru/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBNAM=STATIC&I21DBN=STATIC

– ЭБС ЛАНЬ – режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

– ЭБС Znanium.com – режим доступа: <https://new.znanium.com/>

– ЭБС ЮРАЙТ – режим доступа: <https://urait.ru/>

– ЭБС POLPRED.COM: <http://www.polpred.com/>

– Электронная библиотека издательского центра «Академия»: <https://www.academia-moscow.ru/elibrary/> (коллекция СПО)

– ЭБС ФГБОУ ВО Вологодская ГМХА – режим доступа: <https://molochnoe.ru/ebs/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

9.1 Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения

Учебная аудитория 3101 для проведения занятий лекционного и семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: экран для проектора 1 шт., проектор - 1 шт., компьютер в комплекте - 1 шт. Программное обеспечение: Microsoft Windows 7 Professional Лицензии 49230531, Microsoft Office Professional 2007 Лицензии 42543554; Учебная аудитория 3106 Компьютерный класс для проведения семинарских и практических занятий, групповых консультаций. Оснащенность: 15 компьютеров с доступом в электронно-образовательную среду Академии, ЭБС и сети Интернет. Программное обеспечение: Microsoft Windows 7 Professional Лицензии 49230531, Microsoft Office Professional 2007 Лицензии 42543554, Consultant Plus Лицензия 426324, 511546, 1С: Предприятие 8. Лицензия 8888382, 8863359, Конфигурация, 1С: Бухгалтерия 8 (учебная версия).

9.2 Обеспечение образования для лиц с ОВЗ

Для обеспечения образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья реализация дисциплины может осуществляться в адаптированном виде, исходя из индивидуальных психофизических особенностей и по личному заявлению обучающегося, в части создания специальных условий.

В специальные условия могут входить: предоставление отдельной аудитории, необходимых технических средств, присутствие ассистента, оказывающего необходимую техническую помощь, выбор формы предоставления инструкции по порядку проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, использование специальных технических средств, предоставление перерыва для приема пищи, лекарств и др.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся

10 Перечень компетенций, этапы, показатели и критерии оценивания

Анализ отраслевых рынков и конкурентная политика (направление подготовки 38.04.01 Экономика)					
Цель дисциплины		развитие и углубление навыков экономического анализа и оценки поведения предприятия в условиях разных типов рыночных структур и отраслевой политики государства; формирование у студентов представления о поведении предприятия и его эффективности в зависимости от реальных и предполагаемых действий других экономических агентов, в том числе государства.			
Задачи дисциплины		1) анализ основных закономерностей функционирования различных рынков; 2) анализ современных методов регулирования различных типов рынка с учетом специфики естественных монополий и различных рыночных структур; 3) анализ специфики ценового поведения предприятий в условиях различных рыночных структур, анализ вертикальной интеграции и вертикальных ограничений; 4) поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для конкретных экономических расчетов; 5) подготовка исходных данных для экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;			
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Компетенции		Планируемые результаты обучения	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Ступени уровней освоения компетенции
Индекс	Формулировка				
ПК-1	Способен разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек на производство и реализацию продукции, устранению потерь и непроизводительных расходов.	Знает: методы определения экономической эффективности внедрения инновационных технологий организации труда. Умеет: принимать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности организации Владеет: методами определения экономической эффективности внедрения инновационных технологий организации труда, навыками разработки мер по обеспечению режима экономии,	Лекции Лабораторные занятия Самостоятельная работа Интерактивные занятия	Тестирование Контрольная работа Индивидуальная работа Исследовательская работа	Пороговый (удовлетворительный) Знает методы определения экономической эффективности внедрения инновационных технологий организации труда Продвинутый (хорошо) Умеет принимать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности организации Высокий (отлично)

		<p>повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижения издержек на производство и реализацию продукции, устранения потерь и непроизводительных расходов.</p>			<p>Владеет методами определения экономической эффективности внедрения инновационных технологий организации труда, навыками разработки мер по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижения издержек на производство и реализацию продукции, устранения потерь и непроизводительных расходов</p>
--	--	---	--	--	---

