**Содержание дисциплины в разрезе видов учебной работы**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ** | **Виды учебной работы, часов** | | |
| **Лекц.** | **Сем.** | **СРС** |
| **Тема I. Введение в предмет** 1.1. Предмет и методология курса.1.2. Подходы к анализу отраслевых рынков. | **2** | **4** | **10** |
| **Тема II. Отраслевой рынок, его структура и границы**  2.1. Рынок и отрасль. Многосторонние рынки и цифровые платформы. Границы рынка: Современная методология и практика ограничения рынков. Особенности ограничения цифровых рынков. 2.2. Классификация рынков для целей анализа. 2.3. Анализ базисных условий функционирования отраслей и рынков. | **4** | **8** | **16** |
| **Тема III. Концентрация и рыночная власть компаний** 4.1. Содержание и значение экономической концентрации. 4.2. Методология оценки и индикаторы экономической концентрации. 4.3. Рыночная власть, ее источники и показатели ее оценки. Особенности оценки рыночной власти на цифровых рынках. | **4** | **6** | **12** |
| **Тема IV. Исследование барьеров входа-выхода на отраслевом рынке.** 5.1. Экономическое содержание отраслевых барьеров и их роль в функционировании рынка.5.2. Нестратегические барьеры как фактор определяющий структуру рынка.5.3. Инновационный потенциал фирмы – источник стратегических барьеров . 5.4 Big Data, Network Effects, Block-in как барьеры на цифровых рынках. 5.5 Методика оценки уровня отраслевых барьеров. | **4** | **6** | **12** |
| **Тема V. Стратегическое взаимодействие компаний.** 6.1. Некооперированные стратегии фирм: современная практика взаимодействия.6.2. Способы доминирования на современных рынках. Доминирование цифровых платформ. 6.3. Анализ современной практики кооперативного поведения фирм. Картель: факторы устойчивости соглашений. Цифровые картели. 6.4. Вертикальная интеграция и вертикальные контракты: влияние на конкуренцию. Слияния и поглощения на современных товарных рынках.6.5. Стратегии диверсификации. Цифровые экосистемы. | **8** | **8** | **16** |
| **Тема VI. Квазимонопольное поведение компаний на отраслевом рынке** 7.1. Квазимонопольные рынки и неценовая конкуренция.7.2. Продуктовая дифференциация, ее экономическая природа и источники. Вертикальная и горизонтальная дифференциация продукта.7.3. Информационная дифференциация: обоснование и оптимизация рекламных бюджетов. | **4** | **6** | **12** |
| **Тема VII. Рынок естественной монополии.** 8.1. Естественная монополия и экономические эффекты монопольной власти.8.2. Практика государственного регулирования отраслей естественной монополии. | **2** | **4** | **12** |
| **Тема VIII. Ценовая конкуренция и ценовые стратегии операторов.** 9.1. Роль и особенности ценовой конкуренции.9.2. Современная практика реализации ценовых стратегий. Динамическое ценообразование на цифровых рынках. | **4** | **6** | **12** |
| **Тема IX. Роль государства в развитии отраслевых рынков.** 12.1. Подходы к исследованию результативности отраслевых рынков.12.2. Формы и инструменты государственного регулирования отраслевых рынков.12.3. Антимонопольная и промышленная политика государства. | **4** | **6** | **12** |