

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
М.В.ЛОМОНОСОВА»**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**«УТВЕРЖДАЮ»**

Декан экономического факультета МГУ

профессор \_\_\_\_\_ А.А. Аузан

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 год

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины:**

**ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

---

**Уровень высшего образования:**

**БАКАЛАВРИАТ**

---

**Направление подготовки:**

**38.04.01. ЭКОНОМИКА**

---

**Форма обучения:**

**ОЧНАЯ**

---

Рабочая программа рассмотрена и одобрена  
*Учебно-методической комиссией экономического факультета*  
(протокол № \_\_\_\_\_, от « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.)

Москва 2024

**Наименование дисциплины:**

**Экономика отраслевых рынков (Industrial Economics)**

**Автор программы:**

Д.э.н., профессор Розанова Надежда Михайловна

e-mail: [dejlig@mail.ru](mailto:dejlig@mail.ru); [happyeconomics@list.ru](mailto:happyeconomics@list.ru)

при участии старшего преподавателя Краскова Вадима Васильевича

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Направление подготовки:** Экономика

**Язык преподавания дисциплины:** русский

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1. Место и статус дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавра**

Статус дисциплины: *вариативна*

Семестр: 4 для 2 курса и 6 для 3 курса

### **2. Входные требования (реквизиты) для освоения дисциплины**

*Для успешного освоения данного курса требуются знания и умения, полученные в следующих дисциплинах:*

1. из дисциплины «Введение в экономику»:
  - знать базовые принципы экономического образа мышления;
  - понимать принцип альтернативных издержек и экономического выбора;
  - уметь обосновывать ключевые закономерности поведения фирм и функционирования рынков, организаций и институтов;
  - ориентироваться в целях и задачах экономической науки для бизнеса и госуправления.
2. из дисциплины «Экономическая география»:
  - знать концепции регионального пространственного развития;
  - понимать принципы размещения производительных сил;
  - уметь выявлять и анализировать связи между экономическими и социальными явлениями.

3. из дисциплины «Микроэкономика»:

- знать основные модели микроэкономики (особенно в части моделей рынка);
- хорошо ориентироваться в микроэкономических моделях поведения фирмы, функционирования рыночных структур и особенностях взаимодействия агентов в условиях асимметричной информации;
- уметь анализировать проблемные ситуации на основе микроэкономических моделей;
- владеть навыками микроэкономического моделирования производственных и распределительных процессов.

4. из дисциплин математического цикла («Высшая математика для экономистов»; «Математический анализ»; «Линейная алгебра»; «Теория вероятностей»):

- Хорошее владение математическим аппаратом, необходимым для решения экономических задач;
- Умение строго излагать свои мысли, логически мыслить;
- Умение формализовать экономические проблемы на основе изученного математического аппарата.

5. желательно: из статистических дисциплин («Статистика» и «Эконометрика»):

- иметь представление об источниках статистических данных и методах их обработки и анализа;
- понимать в первом приближении результаты эконометрических моделей, приводимых в научных статьях;
- понимать особенности статистической базы, используемой в научных статьях;
- понимать содержательную интерпретацию эконометрических и статистических моделей, приводимых в научных статьях;
- уметь анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов;
- знать этапы построения эконометрических моделей объектов, явлений, процессов и методы прогнозирования на их основе для решения профессиональных задач;
- понимать устройство эконометрических моделей исследуемых процессов, включая оценку и интерпретацию полученных результатов.

Для 2 курса ознакомление с тематикой курса «Эконометрика» и использование соответствующих компетенций происходит одновременно с изучением материалов курса «Экономика отраслевых рынков». Этот пункт является желательным, но необязательным для успешного изучения курса. Навыки отраслевого и статистического анализа могут формироваться одновременно в процессе обучения.

### 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников

Дисциплина «Экономика отраслевых рынков» обеспечивает формирование следующих компетенций и результатов обучения:

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
<p>УКБ-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УКБ-1.И-1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи</p>	<p>УКБ-1.И-1.3-1. Знает основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода</p> <p>УКБ-1. И-1. У-1. Умеет анализировать задачу, используя основы критического анализа и системного подхода</p> <p>УКБ-1.И-1.У-2. Умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации</p>
	<p>УКБ-1.И-2. Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации</p>	<p>УКБ-1.И-2.3-1. Знает критерии сопоставления различных вариантов решения поставленной задач</p> <p>УКБ-1.И-2.У-1. Умеет осуществлять критический анализ собранной информации на соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи</p> <p>УКБ-1.И-2.У-2. Умеет отличать факты от мнений, интерпретаций и оценок при анализе собранной информации</p> <p>УКБ-1.И-2.У-3. Умеет сопоставлять и оценивать различные варианты решения поставленной задачи, определяя их достоинства и недостатки</p>

<p>ОПК-1 Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач</p>	<p>ОПК-1. И-3 Применяет математический аппарат для решения типовых экономических задач.</p>	<p>ОПК-1. И-3. 3-1 Знает математический аппарат, применяемый для построения теоретических моделей, описывающих экономические явления и процессы микроуровня.</p> <p>ОПК-1. И-3. У-1 Умеет применять математический аппарат с использованием графических и/или алгебраических методов для решения типовых экономических задач</p>
<p>ОПК-3 Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне</p>	<p>ОПК-3. И-2 Анализирует и содержательно объясняет текущие процессы, происходящие в мировой и отечественной экономике</p>	<p>ОПК-3. И-2. 3-1 Знает основные текущие процессы, происходящие в мировой и отечественной экономике.</p> <p>ОПК-3. И-2. У-1 Умеет на основе описания экономических процессов и явлений построить эконометрическую модель с применением изучаемых теоретических моделей</p> <p>ОПК-3. И-2. У-2 Умеет анализировать социально-экономические проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем с применением изучаемых теоретических моделей.</p> <p>ОПК-3. И-2. У-3 Умеет представлять результаты аналитической работы</p>

#### 4. Объем дисциплины по видам занятий

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц: 144 академических часов, в том числе 72 академических часа составляет контактная работа с преподавателем, 72 академических часа составляет самостоятельная работа студента.

#### 5. Формат обучения

очная, с использованием обучающей среды OnEcon

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

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля),  Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе							
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) <i>Виды контактной работы, часы</i>				Самостоятельная работа обучающегося <i>Виды самостоятельной работы, часы</i>			
		Лекции	Семинарские	Индивидуальные	Всего	Изучение материала в к занятию	Выполнение домашнего задания	Подготовка проекта	Всего
ТЕМА 1: Введение в курс. Предмет и метод экономики отраслевых рынков.	7	2	2		4	1	1	1	3
ТЕМА 2: Отраслевые рынки: общая характеристика	7	2	2		4	1	1	1	3
ТЕМА 3: Фирма как субъект и объект рыночных взаимодействий	12	4	2		6	2	2	2	6
ТЕМА 4: Конкуренция и монополия	7	2	2		4	1	1	1	3
ТЕМА 5: Естественная монополия	8	2	2	1	5	1	1	1	3
ТЕМА 6: Барьеры входа-выхода и динамика рынка	10	2	2		4	2	2	2	6
ТЕМА 7: Ценовые стратегии фирмы, обладающей рыночной	11	2	2	1	5	2	2	2	6

властью									
ТЕМА 8: Продуктовые стратегии фирмы, обладающей рыночной властью	9	2	2	1	5	1	2	1	4
ТЕМА 9: Стратегические взаимодействия крупных фирм на рынке	7	2	2		4	1	1	1	3
ТЕМА 10: Ресурсные стратегии фирмы	16	4	2	1	7	3	3	3	9
ТЕМА 11: Инновационные рынки	16	4	2	1	7	3	3	3	9
ТЕМА 12: Государственна я политика регулирования рыночных структур	18	4	4	1	9	3	3	3	9
Итоговая защита группового проекта	12		4	4	8			4	4
Экзамен	6	4						2	2
<b>Итого</b>	144	72					72		

### Цель курса:

Показать особенности поведения фирм и выбора компаниями тех или иных стратегий в условиях различных рыночных структур; объяснить, как работают современные рынки и как государственное регулирование оказывает влияние на их функционирование и их результативность.

### Аннотация курса:

Фирмы окружают нас повсюду. Мы покупаем товары и услуги в компаниях; устраиваемся на работу в тех или иных организациях; задаемся вопросами, почему цены так велики в одних отраслях и так малы в других? Всегда ли конкуренция хороша для потребителей? Что обеспечивает монопольную власть отдельных компаний? Что должно делать государство, чтобы рынки находились в эффективном динамичном равновесии в интересах повышения благосостояния всех участников экономических процессов? Поискам ответов на эти вопросы

и посвящен курс «Экономика отраслевых рынков». Данный курс гармонично сочетает теоретические вопросы и концептуальные модели с практикой функционирования различных отраслевых рынков в экономике XXI века.

## **КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ТЕМАТИКИ КУРСА**

### **ТЕМА 1: Введение в курс. Предмет и метод экономики отраслевых рынков.**

История вопроса: появление экономики отраслевых рынков как особой сферы анализа и преподавания. Исходная парадигма «Структура – поведение – результативность» Гарвардской школы. Подход Чикагской школы. Австрийская школа. Эволюция взглядов на традиционную парадигму и предмет ЭОР. Сравнительный анализ различных концептуальных подходов к анализу рынков. Институциональный и контрактный подходы. Теоретико-игровые направления. Эволюционные концепции рынка. Поведенческая концепция. Стратегическая концепция. Управленческая концепция. Подход с точки зрения конкурентоспособности. Конкурентный анализ. Деловая экономическая разведка. Эндогенная теория рыночных структур. Эмпирическая отраслевая экономика.

Соотношение экономики отраслевых рынков и смежных областей. ЭОР в системе экономических дисциплин. Микроэкономика и ЭОР. Стратегический менеджмент и ЭОР. Корпоративное управление и ЭОР. Региональная экономика и ЭОР, Государственное управление и ЭОР. Междисциплинарные подходы. Три уровня ЭОР: базовые модели; теория отраслевых рынков; эмпирический анализ отраслевых рынков. Новые направления в данной области: новая эмпирическая экономика отраслевых рынков (New Empirical Industrial Organization, NEIO); новая индустриальная экономика (New Industrial Economics); концепция общих ценностей. Экономика цифровых рынков.

Методология анализа отраслевых рынков. Системный подход. Роль теоретических моделей, статистических данных, эконометрических исследований. Кейс-анализ проблем развития отрасли. Кейс-анализ проблем конкурентоспособности компании отрасли. Анализ жалоб участников рынка на недобросовестную конкуренцию (дела ФАС). Исторические подходы, анализ исторических практических ситуаций.

### **Основная литература:**

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. М., Юрайт. 2023. Темы 1, 2, 5.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.1

## **ТЕМА 2: Отраслевые рынки: общая характеристика**

Рынок как объект анализа в ЭОР. Границы рынка. Продуктовые рынки. Географические рынки. Временные рынки. Цифровые рынки. Классификация рынков по разным критериям. Рынок и отрасль: сходство и различия. Методы и стандарты отраслевых классификаторов: Россия и зарубежный опыт. Связывающие, дополняющие и поддерживающие отрасли. Пространственные границы рынка и степень интеграции локальных рынков в национальные и глобальные цепочки создания стоимости. Экономическая среда бизнеса.

Критерии выделения релевантного рынка. Индексы перекрестной ценовой продуктовой и пространственной эластичности. Правила SSNIP (тест гипотетического монополиста). Модификации теста гипотетического монополиста для случая рынков с нулевой ценой. Корреляция цен товаров. Технологические границы рынка. Заменяемость оборудования и ресурсов в производстве. Оценки локализации процессов производства и потребления. Понятие стратегического рынка.

Типы рыночных структур. Факторы, определяющие структуру рынка. Роль эффекта масштаба и технологических новаций. Крупномасштабное производство как реальность современной экономики. Значимость стохастических факторов рынка. Процесс Жибра. Базовые рыночные структуры современной экономики. Исследование прямых и обратных взаимосвязей в отрасли. Современные подходы к анализу рыночных конфигураций. Теория границ Саттона. Фрагментированный и концентрированный рынки. Анализ рыночного поведения с точки зрения эволюционных процессов. Теория жизненного цикла отрасли. Стратегический рынок (модель Кея). Анализ конкурентной среды. Benchmarking: определение места компании в ряду других фирм рынка.

Концентрация и рыночная власть. Отраслевая, рыночная и географическая концентрация фирм. Показатели концентрации. Проблема интерпретации индексов концентрации. Факторы, отвечающие за уровень концентрации на рынке. Рыночная власть фирмы: определение, типы, последствия. Показатели рыночной власти. Демография фирм. Крупные, средние и мелкие фирмы на рынке. Поведение доминирующей фирмы в конкурентном окружении: влияние на отраслевую концентрацию. Эмпирические исследования отраслей с рыночной властью отдельных фирм. Концентрация в рамках промышленных региональных кластеров.

### **Основная литература:**

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Тема 3.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.2.

### **ТЕМА 3: Фирма как субъект и объект рыночных взаимодействий**

Фирма и рынок как альтернативные способы производства, обмена, распределения и потребления, как альтернативные механизмы организации экономических взаимодействий. Аллокативные принципы фирмы и рынка. Альтернативные цели фирмы и варианты поведения компании на рынке. Экзогенность и эндогенность выбора параметров поведения. Ограничения на рост фирмы. Фирма как механизм распределения имущественных прав. Специфические активы и стимулы к инвестированию.

Эволюция фирмы. Внутренняя иерархия компании: от рабочего места к заводу. Одно- и многопродуктовые фирмы. Холдинги. Стратегические союзы фирм. Экосистемы бизнеса в цифровой экономике. Параметры деятельности фирмы. Критерии эффективности функционирования компании. Предпринимательство и конкурентоспособность. Факторы устойчивых конкурентных преимуществ фирмы.

Различные подходы к анализу деятельности фирмы. Технологический (микроэкономический) подход. Поведенческая теория фирмы. Контрактный подход. Подход с точки зрения теории игр. Динамические теории фирмы. Пространственная локализация бизнес-единиц. Менеджеральные теории фирмы. Множественность управленческих целей. Фирма как коалиция интересов. Роль стейкхолдеров. Модель Баумоля. Модель Марриса. Модель Милгрота и Робертса. Проблема «заказчик-исполнитель». Поиски адекватных инструментов для предотвращения оппортунизма менеджеров. Пределы поведения, отклоняющегося от максимизации прибыли. Способы гармонизации интересов внутри и вне фирмы. Социальная ответственность бизнеса и ее влияние на поведение фирмы и рыночные структуры.

#### **Основная литература:**

1. Розанова Н.М. Экономика фирмы. М., Юрайт. 2023.
2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 1.

### **ТЕМА 4: Конкуренция и монополия**

Конкуренция в экономике и ее отражение в концепциях экономики отраслевых рынков. Различные подходы к пониманию конкуренции. Добросовестная и недобросовестная конкуренция. Эффективная конкуренция. Излишняя (чрезмерная) конкуренция. Критерии конкурентного поведения. Проблемы измерения интенсивности конкуренции.

Виды монополии. Технологическая (естественная) монополия. Ресурсная монополия. Инновационная (патентная) монополия. Государственная франшизная монополия. Стратегическая монополия. Особенности возникновения и поведения. Двухсторонняя

монополия на продуктовом рынке. Источники монопольной власти и факторы, ее ограничивающие. Модель уравнивающих сил на монопольном рынке.

Монополия и монополия. Поведение недискриминирующего монополиста на различных рынках: однопродуктовый и многопродуктовый монополист; монополист на рынках товаров длительного пользования; ресурсный монополист. Монополия на двухсторонних рынках. Монополия в цифровой экономике: новые форматы рыночной власти. Оценки последствий монопольного поведения. Факторы, неучтенные при традиционном подсчете чистых потерь. Альтернативные издержки монополизации. Полные затраты общественных ресурсов на устранение монопольных эффектов. Сравнительный анализ эффективности рынка в условиях конкуренции и монополии. Оценка X-эффективности.

#### **Основная литература:**

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Тема 3.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.2.

#### **ТЕМА 5: Естественная монополия**

Естественная монополия как самостоятельная структура рынка. Причины монопольной «естественности» в отрасли. Проблемы выбора между технологической и аллокативной эффективностью. Роль первоначальных капитальных затрат и эффекта масштаба. Субаддитивность издержек. Невозможность и нежелательность конкурентного рынка в такой отрасли. Примеры отраслей естественной монополии. Модель нерегулируемой отрасли естественной монополии. Глобальная и локальная естественная монополия.

Различные варианты регулирования отрасли естественной монополии. Необходимость отдельного закона в отношении регулирования естественной монополии. Реестр фирм – естественных монополистов. Ценовые варианты регулирования. Конкурентная (предельная) цена. Проблемы инфлятирования издержек и качества услуг фирмы – естественного монополиста. Цена Рамсея. Двухчастный тариф. Регулирование нормы доходности. Эффект Аверча-Джонсона.

Неценовые методы регулирования. Конкуренция за рынок монополии (конкуренция Демзеца). Проблемы конкурентных торгов (аукциона). Реорганизация отрасли (раздробление фирмы-монополиста). Контроль качества продукции фирмы-монополиста. Национализация компании. Прикрепление потребителей к обязательному обслуживанию. Надзор государства за сделками естественного монополиста. Гос. надзор за инвестициями естественного монополиста. Свободный доступ к информации о деятельности естественного монополиста.

### **Основная литература:**

Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.5.

### **ТЕМА 6: Барьеры входа-выхода и динамика рынка**

Барьеры входа на рынок: определение, классификация, последствия. Типы рынков по отношению к величине барьеров входа. Барьеры входа и барьеры успеха компании в отрасли. Вход и укоренение на рынке. Успешность и неуспешность проникновения на рынок.

Нестратегические (экзогенные) барьеры входа. Роль капитальных затрат. Абсолютное и относительное преимущество в издержках. Институциональные барьеры. Государство как барьер входа на рынок. Лицензирование и патентирование как барьеры входа. Модели Стиглера, Демзеца, Вайцекера.

Стратегические (эндогенные) барьеры входа. Анализ стратегий предотвращения входа. Ценообразование, ограничивающее вход. Модель Бейна. Модель Модильяни. Закрытие рынка для конкурентов. Роль стратегического выбора фирм-старожилов и фирм-новичков. Стратегические инвестиции. Модель Спенса-Диксита. Достоверная и недостоверная угроза. Война на истощение. Анализ стратегий вытеснения конкурента с рынка. Грабительское ценообразование. Роль барьеров выхода. Эффект «безбилетника» в стратегиях блокирования входа. Альтернативные стратегии взаимодействия старожила с потенциальным конкурентом (фирмой-новичком). Допуск новичка на рынок. Ограничения на вход на основе размещения предприятий. Стратегии успешного входа на рынок. Репутация «жесткого» конкурента.

Соревновательные (квазиконкурентные) рынки. Модель Баумоля. Роль потенциальной конкуренции. Оценка издержек входа. Динамика рынка и устойчивое равновесие отрасли. Слияния и поглощения как факторы динамики рынка. Мотивы слияний и поглощений. Факторы успешности и неуспешности корпоративных слияний. Дружественные и враждебные поглощения. Способы защиты от нежелательного вторжения. Альтернативные формы реорганизации бизнеса. Рейдерство и передел собственности. Анализ бизнес-примеров.

### **Основная литература:**

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Тема 4.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.3.

## **ТЕМА 7: Ценовые стратегии фирмы, обладающей рыночной властью**

Определение и форматы ценовых стратегий: общая характеристика. Фирмы-ценополучатели и фирмы-ценоискатели: выбор стратегии поведения. Стратегия предельного ценообразования. Сравнение стратегии монопольной единой цены и стратегий ценовой вариабельности. Клубное ценообразование. Стратегии аукционного ценообразования. Ценообразование по пиковой нагрузке. Межвременная ценовая стратегия. Эффект запутывания (obfuscation). Персонализированные цены. Трансфертные цены: роль в национальных и транснациональных компаниях.

Ценообразование взаимосвязанных товаров. Выбор цен при чистом комплектовании. Выбор цен при смешанном комплектовании. Пакетирование и распаketирование. Пространственная сегментация и географические зональные цены. Пространственное ценообразование. Ценовая дискриминация на основе различий в транспортных издержках. Ценообразование на основе базисных пунктов.

Стратегическое ценообразование: виды и последствия. Затратное ценообразование (по издержкам): «издержки плюс». Ценообразование на основе ценности товара. Особенности ценообразования индустриальных товаров и оборудования. Метод пробных образцов. Ценообразование в розничной торговле. Создание ценового имиджа магазина. Роль производителя: установление рекомендуемого диапазона или уровня розничной цены. Эффект выравнивания цен (price lining). Роль среднего размера покупки (среднего чека). Двойные цены. Ценообразование в сфере услуг. Ступенчатое ценообразование.

Цена как индикатор качества товара. Модели гедонистического ценообразования. Эффект престижа. Ценообразование товаров роскоши. Стратегии ценообразования на новый товар. Стратегия высокой цены (цена «снятия сливок»). Стратегия низкой цены (цена «проникновения»). Стратегия средних цен. Стратегия неизменных цен. Сегментирование покупателей на основе восприятия ценности товара и его цены. Покупатели, ориентированные на удобства. Покупатели, ориентированные на цену. Покупатели, ориентированные на ценность. Покупатели, ориентированные на взаимоотношения.

Психологические особенности ценообразования. Эффект Вебера-Фехнера. Эффект "странных цифр". Эффект «якоря». Эффект референтной цены. Эффект сложности сравнения.

Обоснование оптимального выбора ценовой стратегии. Влияние ценовых стратегий на общественное благосостояние. Отношение государства к разным видам ценовых стратегий компаний.

### **Основная литература:**

1. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 5.

2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.8.

### **ТЕМА 8: Продуктовые стратегии фирмы, обладающей рыночной властью**

Товар как набор характеристик. Цена и качество товара как стратегические компоненты поведения фирмы. Качество товара/услуги; разные торговые марки; местоположение продавца; время продажи; время потребления; доступность товара (наличие на полке; наличие дополнительных условий покупки/продажи); безопасность товара; сложность товара; наличие у потребителей информации о товаре и его качестве (эффект репутации); реклама как факторы продуктовой дифференциации и продуктовой стратегии фирмы. Измерение степени продуктовой дифференциации. Индекс Ротшильда.

Горизонтальная продуктовая дифференциация. Вертикальная продуктовая дифференциация. Реклама и информация как факторы продуктовой дифференциации. Роль рекламы в стратегии фирмы. Сравнение эффективности продуктовых стратегий (с точки зрения бизнеса и с позиции общественного благосостояния) в разных моделях. Модель рынка с монополистической конкуренцией. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом. Модель Ланкастера. Модель Хотеллинга (линейный город) при разных вариантах поведения фирмы–старожила (раздел рынка; захват всего рынка одной фирмой; нишевая стратегия локального размещения). Разрывы в функциях спроса (модель Даспремонта-Габзевича-Тиса). Равновесие в чистых и смешанных стратегиях. Модель Салопа (круговой город): долгосрочный и краткосрочный аспекты. Роль разных форматов транспортных расходов. Модель Саттона (вертикальная дифференциация). Модель рекламы Дорфмана-Штайнера.

Стратегическая продуктовая дифференциация. Развитие продуктовой линейки. Роль торговой марки и бренда. Создание и поддержание эффекта лояльности потребителей к фирме и бренду. Современные стратегии: стратегия продуктового доминирования; стратегия нишевого устойчивого развития; стратегия продуктового первооткрывателя; стратегия продуктового приспособления. Продуктовая дифференциация на цифровых рынках.

#### **Основная литература:**

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.9
2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 4, 6.

## **ТЕМА 9: Стратегические взаимодействия крупных фирм на рынке**

Многообразные подходы к моделированию олигопольных рынков. Моделирование стратегической взаимозависимости олигополистов. Функции реакции при разных форматах ожиданий (предположительных вариаций). Выбор типа конкуренции: количественная, ценовая, смешанная. Форматы лидерства: абсолютный лидер рынка; стратегии претендента; стратегии следования за лидером. Индекс Линда как оценка степени концентрации на рынке с доминирующей фирмой. Положение и роль крупнейших компаний в современной национальной и глобальной экономике.

Некооперативные (конкурентные) взаимодействия крупных фирм. Равновесие и динамика в модели Курно с N-фирмами и предположительными вариациями. Роль асимметрии издержек. Модель Эджуорта. Ценовые войны. Количественные разборки и стратегические инвестиции в излишние мощности. Стратегии сознательного подражания (осознанного параллелизма). Сетевые олигополии. Олигопольные стратегии на рынках с сетевыми товарами. Олигополия на рынках промежуточных товаров. Олигопсония: модели, последствия, противодействие. Устойчивость позиции лидера: стратегия и тактика на олигопольном рынке. Эффект «ценового зонтика». Диверсификация как стратегия олигопольной конкуренции. Циклическая конкуренция. Роль продуктовой неоднородности. Динамическая модель ценообразования доминирующей фирмы (модель Гаскинса). Модель двухсторонней олигополии.

Кооперативные взаимодействия крупных фирм. Соглашения олигополистов: формы и механизмы поддержания. Ценовой стовор. Неформальные договоренности. Явные соглашения (механизм действия ОПЕК). Фокальные точки для кооперации действий фирм. Открытые соглашения: совместные предприятия, торговые и промышленные ассоциации, стратегические альянсы. Промежуточные соглашения: сотрудничество в одном, конкуренция в другом. Модели стабильности картеля. Модель Зелтена. Факторы, облегчающие и затрудняющие формирование и поддержание картельных соглашений. Модель картеля в краткосрочном и долгосрочном периодах: сравнительный анализ. Модель картеля как повторяющейся игры. Триггерные стратегии. Выигрыш фирмы – нарушителя. Эвристическое ценообразование как инструмент координации действий олигополистов. Динамика кооперативных взаимодействий в ходе циклического развития экономики. Модель картелей, стабилизирующих цены. Поощрение картелизации экономики в ответ на кризис.

### **Основная литература:**

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.6, 8.

## **ТЕМА 10: Ресурсные стратегии фирмы**

Цепочка создания стоимости. Способы приобретения ресурсов и сбыта продукции: сравнительный анализ. Наличный рынок (краткосрочные контракты). Долгосрочные контракты (включая вертикальные ограничительные контракты). Вертикальная интеграция (производство ресурсов в самой компании). Преимущества и ограничения каждого способа приобретения ресурсов. Выбор ресурсной стратегии.

Вертикальная интеграция: варианты, формы, стимулы. Интеграция ресурса, интеграция продукта, комплексная (сбалансированная) интеграция. Мотив транзакционных издержек и роль специфических активов. Специфика местоположения; специфическое оборудование или части изделий; специфический человеческий капитал; специфические навыки и знания квалифицированного персонала фирмы. Технологические детерминанты интеграции. Роль институциональных факторов и неполных контрактов. Влияние фактора неопределенности на интеграционные процессы. Модель двойной экономической надбавки (монопольной прибыли) при разных структурах исходного рынка. Стратегия вертикальной интеграции как противодействие рыночной власти контрагента. Ограничения на рост масштабов вертикальной фирмы. Стратегические выгоды от интеграции. Стратегические издержки интеграции. Последствия вертикальной интеграции для бизнеса, отраслевых структур и общественного благосостояния.

Вертикальные ограничительные соглашения (долгосрочные контракты ограничительного характера) (ВОС). Проблема «безбилетника» со стороны партнеров по бизнесу. Проблемы координации торговцев одного производителя. Инструменты вертикальных контрактов. Двухчастные тарифы. Контроль уровня розничной цены. Квоты розничных продаж. Исключительные контракты. Франчайзинг. Поиски оптимального варианта взаимодействий франчайзера и франчайзи. Двухсторонний оппортунизм. Роль франшизы. Выбор оптимального франчайзингового контракта. Роялти и прибыли участников.

Ценовые и неценовые вертикальные контракты. Вертикальное закрытие рынка и рыночная власть фирмы. Вертикализация и девертикализация рынков в цифровой экономике.

Преимущества вертикальной интеграции перед вертикальными ограничительными соглашениями. Преимущества ВОС перед интеграцией. Теоретические модели и деловая практика: реальность России и зарубежный опыт. Частичная интеграция: достоинства и недостатки. Квазиинтеграция. Давальческие контракты (толлинг). Факторы, определяющие эффективность ресурсной стратегии компании.

### **Основная литература:**

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.7.

2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 3.

### **ТЕМА 11: Инновационные рынки**

Инновации как экономический процесс. Особенности функционирования инновационных рынков. Оптимальное число фирм-инноваторов: позиция рынка и позиция общества. Гонка за патентом. Роль дженериков. Имитация и инновационный процесс. Стартапы, венчурный бизнес и виртуальные компании. Расходы на НИОКР (R&D) как фактор конкуренции.

Инновационные стратегии фирмы. Наступательная стратегия: доминирование фирмы-инноватора. Оборонительная стратегия и частичные улучшения в технологии. Стратегия имитации (копирования). Дженерики и патентованные лекарства. Стратегия следования за лидером. Стратегия подчиненности. Субконтракты и лицензирование в инновационной деятельности. Технологические стандарты и их отсутствие (несовместимость технологий) как барьеры входа на рынок.

Диффузия инноваций. Модель Мэнсфилда. S-образная кривая инноваций. Процессы перехода к новым технологическим параметрам производства, обмена, распределения и потребления. Инновации в условиях разных рыночных структур. Сравнительные преимущества крупных и мелких фирм. Стартапы и венчурные компании. Оптимальные инвестиции в НИОКР.

#### **Основная литература:**

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.10.
2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 7.

### **ТЕМА 12: Государственная политика регулирования рыночных структур**

Взаимосвязь структуры рынка и его результативности. Критерии результативности рынка. Проблемы оценки результатов функционирования рынка. Воздействие государства на функционирование рынка. Выбор между технологической и аллокативной, экономической и социальной эффективностью. Теоретическое обоснование политики регулирования и практика применения различных инструментов государственного воздействия. Российская действительность и зарубежный опыт (США, ЕС, Япония, страны БРИКС, страны Латинской Америки, Китай).

**Промышленная политика** государства. Задачи инициирования и поддержания прогрессивных структурных сдвигов в отраслевой экономике. Задача обеспечения конкурентоспособности национальных компаний на мировых рынках. Задача формирования

благоприятной экономической среды для бизнеса. Технологическая и инновационная политика государства. Роль налоговой политики. Инвестиционное стимулирование. Воздействие промышленной политики на эволюцию рыночных структур.

**Антимонопольная политика** государства. Экономическое содержание и особенности правового регулирования. Отношение к соглашениям фирм, ограничивающим конкуренцию. Политика в отношении согласованных действий хозяйствующих субъектов. Политика поддержки конкуренции. Регулирование слияний и поглощений. Экономические и административные инструменты политики. Эволюция антимонопольных принципов, политики и законодательства. Возмещения и наказания при фиксировании цен участниками рынка. Понятие и законодательные признаки недобросовестной конкуренции. Закон по существу и правило разумности. Антитрестовское законодательство как ограничитель конкуренции. Доводы «за» и «против» конкурентной политики государства.

Проблемы соотношения политики поддержки конкуренции и промышленной политики. Сравнительный анализ государственного регулирования рынков: опыт США, ЕС, стран БРИКС, Японии и России. Соотношение национального и наднационального регулирования.

#### **Основная литература:**

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Темы 6-10.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.4, 5.

## **7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине**

### **7.1. Примеры оценочных средств:**

#### **Пример 1: количественная задача (домашнее задание)**

Известно, что на рынке действуют две фирмы, выпускающие товары, которые могут заменять один другого в потреблении, но не являются полными субститутами. Функция спроса на товар 1 имеет вид:  $Q^d = 2,9P_2 - 9P_1$ ; а функция предложения равна:  $Q^s = 10 + 4P_1 + 1,1P_2$ . При каких ценах на товар 1 и на товар 2, спрос и предложение сбалансируются на уровне 80 ед.?

#### **Пример 2: аналитическое упражнение, российский пример**

Известно, что российские (советские) крупные угольные ТЭЦ проектировались с привязкой к конкретным угольным предприятиям (строились по возможности близко для снижения транспортной составляющей), а западноевропейские с привязкой к потребителю, морскому/речному порту, ж/д станции, с учетом экологического фактора и т.д. Какой рынок,

с включением энергетических углей, вы бы выделили в России? В Западной Европе? Какие проблемы порождает каждый тип рынка?

### **Пример 3: количественная задача на теорию (домашнее задание)**

Предположим, на рынке первоначально действует одна фирма (будем обозначать ее как «фирма 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: (а) фирма – старожил допустит вход; (б) фирма – старожил предпримет стратегические действия, направленные на предотвращение входа?

### **Пример 4: аналитическое упражнение на исследование и обобщение научной статьи**

Прочитайте статью: Baumol W. Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure // The American Economic Review. 1982. Vol. 72. No. 1. pp. 1-15.

На каких теоретических и/или эмпирических аргументах основывается вывод У.Баумоля о наличии соревновательных рынков?

Каковы предпосылки существования соревновательного рынка?

Некоторые исследователи оценивают российский рынок авиаперевозок как пример соревновательной рыночной структуры. Например, можно ознакомиться со статьями:

1. Лукьянов С.А. Рынок авиационных пассажирских перевозок. Современное состояние в России и странах СНГ // ЭКО. 2008. №10 (412).
2. Лукьянов С. А., Тиссен Е. В., Кисляк Н. В. О квазиконкуренции на российском рынке авиационных пассажирских перевозок и о возможности входа в отрасль новых авиакомпаний // Современная конкуренция. 2008. №4.

Можно ли согласиться с такой точкой зрения? Приведите аргументы сторонников и противников данной концепции.

### **Пример 5: аналитический анализ российской практики (образец задания для Проекта)**

К каким рыночным структурам принадлежат следующие отрасли экономики России:

- рынок образовательных услуг
- нефтяной сектор (добыча и транспортировка нефти)
- пищевая промышленность
- электроэнергетика
- услуги парикмахеров

- услуги мобильных операторов

Выберите одну из отраслей, определите, какой именно продуктовый, географический и цифровой рынок в рамках данной отрасли вы будете анализировать. В команде из 4 человек проведите экономический анализ с использованием инструментария экономики отраслевых рынков. Представьте свой результат в виде презентации (устного доклада) и письменного отчета. После обсуждения докладов на семинарском занятии оцените качество анализа и аргументированность выступлений других команд.

**Пример 6: количественный и качественный анализ российской практики (образец задания для экзамена)**

Какую модель экономики отраслевых рынков вы могли бы использовать для теоретического представления данной ситуации? Обоснуйте свой выбор, проведите экономический анализ и представьте результаты для обсуждения в группе.

Как известно, наибольшим спросом у отечественных потребителей пользуется либо традиционное сливочное мороженое, либо крем-брюле и шоколадное (табл. 1). Различные фруктовые разновидности воспринимаются как "химические", ненатуральные и пользуются значительно меньшей популярностью, а именно они очень часто входят в состав мороженого крупной фасовки.

**Таблица 1.**

**Предпочтения потребителей по Вкусам мороженого, данные за первое полугодие каждого года**

<i>Вкусовые разновидности</i>	<i>% от числа потребителей</i>		
	<b>2002 год</b>	<b>2003 год</b>	<b>2004 год</b>
Без дополнительного вкуса (сливочное, пломбир и т.п.)	39,1	38,5	35,3
Крем-брюле	34,5	35,8	34,7
Шоколадное	35,6	35,4	32,3
Со вкусом сгущенного молока	12,6	19,2	24,3
Ванильное	17,6	20,6	19
Клубничное / земляничное	9	8,9	8,6
Кофейное	7,1	7	6,4
Вишневое	3,9	4,4	4,9
Персиковое	3,9	4,2	4,9
Смородиновое	4,5	4,5	4,6
Абрикосовое	4,5	4,5	4,2

Апельсиновое	5,1	4,5	4
Малиновое	0	2,5	2,9
Яблочное	2,4	2,3	2,8
С другим вкусом	9	7,5	7,9
Затруднились ответить	2,8	2	2,7

Мороженое в России в настоящее время выпускают около 300 предприятий. Наиболее крупным игроком рынка является ОАО "Российская торгово-промышленная компания "Росмясомолторг" (Москва), в составе которого мороженое производят 73 хладокомбината. На их долю приходится около 70% российского мороженого. В целом мощности компании позволяют выпускать около 600 тысяч тонн продукции в год.

Среди крупных предприятий можно также назвать ОАО "Айс-Фили", ООО "Марс", ООО "Метелица", ОАО "Сервис-Холод" (Москва), ООО "Нестле Жуковское мороженое", ЗАО "Торговый дом "АльтерВест" (Московская область), ОАО "Петрохолод", ОАО "Талосто" (Санкт-Петербург), ОАО "Белгородский хладокомбинат" (Белгород), ОАО "Липецкий хладокомбинат" (г. Липецк), ОАО "Новокузнецкий хладокомбинат" (г. Новокузнецк), ОАО "Пензахолод" (г. Пенза), ОАО "Хладокомбинат № 3" (Екатеринбург), АО "Холод" (г. Пятигорск).

Кроме этого, выпуском мороженого занимаются более 140 предприятий молочной промышленности и вновь созданные коммерческие предприятия.

Источник: <http://www.foodmarket.spb.ru/>

### Пример 7: аналитическое упражнение, российская практика

В 2006 г. ФАС России выдала предписание ОАО «СУЭК», занимающейся добычей, переработкой и реализацией угля, предписание предварительно согласовывать с федеральным антимонопольным органом типовые формы договоров поставки углей и использовать их для заключения договоров с конкретными потребителями. С какой целью это предписание было сделано? Что могло бы произойти при отсутствии подобного предписания? Для ответа на задание рекомендуется ознакомиться с материалам ФАС (<https://fas.gov.ru/>).

### 7.2. Критерии оценивания (баллы) по дисциплине:

Виды оценочных средств	Баллы
Мини-контрольные, домашние задания и индивидуальная активность на лекциях и семинарах (всего за курс)	80 баллов
Проектная работа (индивидуальный вклад)	70 баллов
Итоговый экзамен	150 баллов
<b>Итого</b>	<b>300</b>

### 7.3. Оценка по дисциплине выставляется, исходя из следующих критериев:

Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
<i>Отлично</i>	255	300
<i>Хорошо</i>	194	254
<i>Удовлетворительно</i>	120	193
<i>Неудовлетворительно</i>	0	119

**Примечание:** В случае, если студент по итогам изучения дисциплины получает оценку «неудовлетворительно» и набирает **менее 20%** от общей суммы баллов за дисциплину, включая текущую успеваемость и итоговую работу (**менее 60 баллов**), пересдача проводится следующим образом:

- баллы студента за текущую успеваемость не принимаются во внимание, единственно возможной положительной оценкой студента по итогам пересдачи является оценка «удовлетворительно»;
- программа пересдачи может включать любые темы изучаемой дисциплины;
- студенту по итогам пересдачи необходимо набрать не менее 85% баллов от суммы баллов, выделенных преподавателем на пересдачу.

### 7.4. Типовые задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения:

Типичные задания для домашних заданий и разбора на семинарских занятиях:

#### **Задание 1: упражнение на качественный анализ ситуации, сравнение российского и зарубежного опыта**

1. О каком (каких) рынке – по всем классификациям – идет речь в этом аналитическом отрывке?
2. Какие возможные форматы поведения типичной фирмы мы можем ожидать на этом рынке?

*«Молоко – это полезный и важный продукт питания, и рынок молока – это один из важнейших российских продовольственных рынков. Молоко и молочные продукты составляют около 15% минимального набора продуктов, необходимых человеку. Производство молока в мире выросло и составляет сейчас примерно 675 млн. т в год. Движущей силой в отрасли становятся хорошая продуктивность и высокие мировые цены. Это относится к развитым и развивающимся странам. В некоторых странах этой группы рост производства очень высок – 8% в Аргентине, 18% - в Китае, 3% - в Бразилии, 3% - в Индии. Доля ЕС в мировой торговле молочными продуктами постоянно сокращается. В конечном счете, ЕС может уступить свои позиции крупнейшего экспортера молочной продукции в количественном выражении Новой Зеландии».*

*Источник: Серова Е., Карлова Н. Рынок молока и молочных продуктов. Российская Федерация. Европейский банк реконструкции и развития. Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН. Доклад №2. ФАО. 2010.*

## **Задание 2: упражнение на оценку количественных параметров рынка, российская практика**

По расчетам ФАС, на территории пяти федеральных округов (Центральный, Северо-Западный, Приволжский, Южный, Уральский) группа «Евроцемент» производит более 50% цемента. Можно ли на основании данной информации отнести компанию «Евроцемент» к доминирующей фирме? Какая еще информация вам необходима для того, чтобы принять компетентное решение?

## **Задание 3: количественный анализ рынка, исследование теоретической модели**

Рассмотрим рыночный спрос, описанный уравнением:  $P = 100 - (q_1 + q_2)$ , где  $q_1$  – выпуск укоренившейся фирмы, а  $q_2$  – выпуск потенциальный выпуск входящей в отрасль фирмы. Функция общих издержек укоренившейся фирмы равна:  $C(q_1) = 40q_1$ , а функция фирмы-новичка составляет:  $C(q_2) = 100 + 40q_2$ , где 100 – затраты на вход в отрасль. Фирма-новичок наблюдает уровень выпуска укоренившейся фирмы, предполагая, что такой выпуск будет поддерживаться и дальше. Каков минимальный уровень выпуска укоренившейся фирмы, удерживающий фирму-новичка от входа в отрасль?

## **Задание 4: количественный анализ рынка и государственное регулирование, исследование теоретической модели**

Спрос на услуги телефонной сети в городе задана функцией  $Q = 1000 - 50P$ , где  $Q$  - число домохозяйств, покупающих эти услуги,  $P$  - ежемесячная абонентская плата. Функция издержек управляющей этой сетью компании имеет вид:  $TC = 500 \ln(0,1Q - 20)$ ,  $Q > 20$

- A. Доказать, что это естественная монополия.
- B. Государство устанавливает цену на предельном уровне, какова будет цена, выпуск производителя? Субсидию какого размера должно выплатить государство монополисту?
- C. Государство хочет применить для данной отрасли контроль цен по методу Рамсея. Целесообразно ли это делать? С какими дополнительными проблемами и издержками столкнется государство в этом случае?

## **Задание 5: расчет количественных показателей рынка**

Рассмотрим две отрасли, в каждой из которых по 10 фирм. В отрасли А рыночная доля самой крупной фирмы равна 49%. Рыночные доли следующих трех фирм составляют по 7%, а оставшиеся шесть фирм имеют равные 5%-ные доли. В отрасли В доля каждой из четырех крупнейших фирм составляет 19%. Доля следующей по величине фирмы насчитывает 14%, а пять самых мелких фирм поровну разделили оставшиеся 10% рынка.

- A. Рассчитайте уровень концентрации ( $CR_4$ ) и коэффициент НИИ для каждой отрасли. Сравните эти показатели по отраслям. Структура какой отрасли более конкурентна? Какой показатель, по вашему мнению, отражает это лучше? Объясните.
- B. Можно ли охарактеризовать конкуренцию и концентрацию в отраслях, не используя показатели концентрации? Какой рынок, скорее всего, будет более концентрированным и менее конкурентным? Почему? Обоснуйте свой ответ.
- C. Теперь допустим, что три вторые по величине фирмы в отрасли А объединили свои операции, сохранив за собой долю рынка в 21%. Пересчитайте НИИ для отрасли А. Как

изменится уровень концентрации в отрасли? Допустит ли антимонопольный орган это слияние?

Задания и иные материалы, используемые в обучении, опубликованы в учебнике: Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков. Практикум. М, Юрайт. 2023. Примеры тестирования приведены на образовательной платформе Юрайт:

<https://urait.ru/book/teoriya-otraslevyh-rynkov-prodvinutyu-uroven-530355>

Экзамен по дисциплине «Экономика отраслевых рынков» состоит из двух частей. Студент получает индивидуальное экзаменационное задание и в течение 1 часа (60 минут) готовит свой ответ. Затем преподаватель устно беседует со студентом по тематике задания для выяснения глубины его/ее знаний и проверке самостоятельности выполнения работы. Итоговая экзаменационная оценка выставляется преподавателем после устного собеседования с учетом письменной части работы.

### **Образец индивидуального экзаменационного задания**

Прочитайте следующий материал.

Какая модель экономики отраслевых рынков наилучшим образом описывает данную ситуацию? Примените эту модель. Опишите ее элементы, используя практическую информацию данного кейса. Какие экономические и/или другие проблемы выявляет данная модель, что может быть подтверждено аргументами из данного материала? Предложите, опираясь на концепции экономики отраслевых рынков, эффективные решения выявленных проблем.

Энергетический комплекс Иркутской области является одним из крупнейших в РФ. Он представлен объектами «большой энергетики», входящими в основном в структуру «ЕвроСибэнерго», а также объектами «малой энергетики», которую прежде относили к «коммунальной». В состав «малой энергетики» входят распределительные электрические и тепловые сети, муниципальные, одна ТЭЦ, котельные, дизельные электростанции (ДЭС), возобновляемые источники энергии (ВИЭ) с различной формой собственности. Кроме перечисленных объектов, к энергетическому комплексу Иркутской области, относятся также частные и государственные компании по добыче и переработки ископаемых энергетических ресурсов, функционирующие в различных районах области.

В настоящее время в регионе фактически исчез энергетический гигант АО «Иркутскэнерго», который ранее был классической вертикально интегрированной компанией. К настоящему времени процесс полной реорганизации компании завершен, и все объекты «большой энергетики» вошли в структуры «ЕвроСибэнерго». Специфика реформирования АО «Иркутскэнерго» заключается в том, что, если разделение компании на конкурентные и регулируемые виды бизнеса являлось требованием законодательства РФ, то отделение ГЭС от ТЭЦ и теплосетей имеет другую причину. Практически вся мощность ГЭС, (входящих в «ЕвроСибэнерго») направлена на покрытие спроса на электроэнергию алюминиевыми заводами РУСАЛа по низким ценам. Для остальных потребителей региона дешевой «гэсовской» электроэнергии практически нет. ТЭЦ, крупные котельные и тепловые сети «Иркутскэнерго» два года назад были включены в состав созданной Байкальской энергетической компании (БЭК), как «самостоятельного» дивизиона теплового бизнеса. Пока не ясны глубинные причины данных «корпоративных процедур» и их будущих последствий, но оценки показывают, что при сопоставлении показателей АО «Иркутскэнерго» и

совокупности отдельных формально самостоятельных энергокомпаний, операционные издержки возросли за счет создания крупных управленческих структур в каждой компании.

Основной рост энергопотребления наблюдается в пригородах крупных городов за счет индивидуального жилищного строительства, которое в основном переходит на электроотопление из-за низких тарифов на электроэнергию для населения. Ежегодный прирост потребления, например, в пригородах Иркутска, возрастает в среднем на 15 %, при этом развитие распределительных сетей отстает от роста электрических нагрузок. Многие подстанции в районах индивидуальной застройки в среднем перегружены на 50%. Это приводит к перегрузкам электросетей и росту количества аварий.

*Источник:* <https://energypolicy.ru/energetika-irkutskoj-oblasti-tendencziivyzovy-i-ugrozyv-sovremennyh-usloviyah/regiony/2022/12/21/>

## **7.5. Методические рекомендации и требования к выполнению заданий:**

Практические занятия предназначены для помощи студентам в освоении базовых концепций курса. Целью семинарских занятий является иллюстрация теории в области экономики отраслевых рынков, конкурентной и промышленной политики, с точки зрения эмпирических исследований и количественных заданий. Домашние задания нацелены на ознакомление студентов с прикладными материалами, необходимыми для успешного освоения практических приемов анализа рынка, а также для текущего контроля успеваемости студентов. Домашние задания включают в себя как количественные задачи, которые должны быть решены, так и открытые вопросы, ответы на которые предусматривают детальное исследование проблемы в виде эссе.

### **Индивидуальная работа на занятии**

В ходе практического занятия преподаватель проводит краткий опрос по теме предыдущего занятия для выявления проблем с усвоением материала, лекцию по теме занятия, а также разбор нескольких кейсов с привлечением к работе студентов. Кейсы выдаются студентам заблаговременно или предоставляются непосредственно на занятии. Они включают в себя постановку нескольких вопросов, адресованных аудитории. Активность студентов при обсуждении и правильность высказанных ими положений оцениваются преподавателем. Преподаватель также проводит индивидуальные контактные часы с целью обсуждения результатов текущего контроля, а также консультации студентов по поводу выполнения этапов Проекта и экзамена.

### **Мини-контрольные**

На отдельных занятиях (включая лекции и семинары) проводится небольшой опрос в письменной форме (на 3-5 минут) по предыдущей или текущей теме. Вопросы могут носить как количественный, так и качественный характер. Проверяется знание студентом материала предыдущей и текущей темы и понимание практического применения изучаемой теории.

### **Пример мини-контрольной:**

Каковы отличительные признаки конкурентного рынка?

## **Групповой Проект**

### *Цели Проекта:*

- ✓ научить студентов действовать в сложных экономических условиях и нестандартных ситуациях;
- ✓ развить у студентов навыков аналитического, проектного и организационного мышления;
- ✓ усилить практическую составляющую обучения;
- ✓ научить студентов понимать и анализировать происходящие в отрасли экономические процессы;
- ✓ развить умение работать с информацией;
- ✓ научить студентов принимать обоснованные решения в различных ситуациях и с разных точек зрения (с учетом разнонаправленных и, возможно, противоречивых интересов сторон).

### *Организация Проекта:*

Студенты учебной группы разбиваются на мини-команды по 3-4 человека. Команда участников будет стабильной на протяжении всего процесса обучения по данной дисциплине. Команда анализирует отраслевой рынок с одной из предложенных позиций: (1) консультанта государства по промышленной политике; (2) консультанта государства по антимонопольной политике; (3) бизнес-аналитика отраслевого рынка; (4) корпоративного консультанта по антимонопольному комплаенсу; (5) корпоративного консультанта по стратегическому развитию. Позиции команды могут меняться в процессе обучения.

### *Задачи команды:*

В ходе обучения командам даются домашние задания по анализу различных сторон функционирования отраслевых рынков (отраженных в тематике дисциплины). Команда должна проанализировать проблемы продуктового или регионального рынка со своей специфической позиции и предложить их решение, опираясь на инструментарий ЭОР. На занятии команда делает соответствующий доклад. Предполагается пять этапов анализа рынка с финальной презентацией в конце курса. За каждый этап команда может получить до 0 до 10 баллов. За итоговую презентацию команда получает максимум 20 баллов. Всего за Проект команде начисляется максимально  $(5 \times 10 + 20) = 70$  баллов. Полученное число баллов зачисляются индивидуально каждому участнику команды, но если команда считает, что кто-то работал лучше, а кто-то отлынивал, то по общему решению данной команды (выраженному в письменном виде) количество баллов может быть перераспределено внутри команды. Рынки

для проектного анализа подбираются преподавателем, исходя из актуальности отраслевого анализа, с учетом мнения студентов.

## **8. Ресурсное обеспечение**

### **8.1. Перечень основной и дополнительной литературы**

Литературу по курсу составляют учебники отечественных и зарубежных авторов, рекомендованные для изучения экономики отраслевых рынков и опубликованные на русском языке, а также фундаментальные сборники академических статей, написанных ведущими учеными.

#### **Нормативно-правовые документы:**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)
2. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ
3. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ
4. Федеральный закон "О естественных монополиях" от 17.08.1995 N 147-ФЗ
5. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 05.12.2022) "О защите прав потребителей"
6. Федеральный закон "О техническом регулировании" от 27.12.2002 N 184-ФЗ
7. Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ
8. Патентный закон РФ от 23 сентября 1992 г. N 3517-1
9. Гражданский Кодекс РФ
10. Кодекс РФ об административных правонарушениях

#### **Основная литература:**

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023.
3. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023.
4. Розанова Н.М. Экономика фирмы. В 2-х томах. М. Юрайт. 2023.
5. Handbook of Industrial Organization. V.1 – V.5 (для продвинутых студентов)

## Дополнительная литература:

### *(1) Дополнительные учебники и учебные пособия:*

1. Заздравных А.В., Бойцова Е.Ю. Экономика отраслевых рынков. М., Юрайт. 2023.
2. Кабраль Л. Организация отраслевых рынков. Минск. Новое знание. 2003.
3. Пахомова Н.В., Рихтер К.К. Экономика отраслевых рынков и политика государства. М. Экономика. 2009.
4. Поздняков В.Я., Казаков С.В. Экономика отрасли. М., Инфра-М. 2010.
5. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков. М, Инфра-М. 2008.
6. Теория отраслевых рынков. Под ред. Стрелец И.А., Столбова М.И. М., Кнорус. 2021.
7. Шай О. Организация отраслевых рынков. Теория и ее применение. М. ИД ВШЭ. 2014.
8. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. Пер. с англ. Под ред. Розановой Н.М. М., Инфра-М. 1997.

### *(2) Академические издания и научные статьи:*

1. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху. М., ИД ВШЭ. 2019.
2. Арментано Д. Антитраст против конкуренции. М. Альпина Бизнес Бук. 2005.
3. Вехи экономической мысли. Под ред. В.М. Гальперина. СПб. Экономическая школа. 2000. Том 2. Теория фирмы. (Переводные статьи зарубежных экономистов по тематике ЭОР).
4. Вехи экономической мысли. Под ред. В.М. Гальперина. СПб. Экономическая школа. 2005. Том 5. Теория отраслевых рынков. (Переводные статьи зарубежных экономистов и российские исследования по проблематике ЭОР).
5. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент. М. Альпина Паблишер. 2023.
6. Панорама экономической мысли. Шестой выпуск Альманаха «Экономическая школа». Том 6. Конкуренция и конкурентная политика. СПб. Экономическая школа. 2008. (Переводные статьи зарубежных экономистов и российские исследования по проблематике ЭОР).
7. Розанова Н.М. Конкуренция и монополия в цифровую эпоху // *Общественные науки и современность*, 2021. №1. С.63-72.
8. Розанова Н.М. Методологические проблемы современной антимонопольной политики // *Проблемы прогнозирования*. 2021. №5 (188). С. 64-73.
9. Розанова Н.М. Монопольные эффекты в XXI веке // *Общество и экономика*. 2021. № 2. С. 82-101.
10. Розанова Н.М. Сетевая конкуренция как фактор конфигурации современных рынков // *Мировая экономика и международные отношения*. 2016. №4. С.13-20.
11. Розанова Н.М. Цифровая экосистема как новая конфигурация бизнеса в XXI веке // *Общество и экономика*. 2019. № 2. С. 14-29.
12. Розанова Н.М. Эволюция фирмы в условиях цифровой экономики // *Мировая экономика и международные отношения*. 2019. Том 63. №8. С.21-28.
13. Розанова Н.М., Варивода И.А. Менеджмент в XXI веке: к гибким формам управления и организации // *Вестник Института Экономики РАН*. 2018. №3, с.78-90.
14. Розанова Н.М., Коросташов Р.Н. Динамика рынка и фактор государства // *Журнал экономической теории*. 2012. №2. С.175-187.
15. Розанова Н.М., Костенко Е.Д. Инновационные кластеры и кластерная политика государства: провалы рынка vs провалы государства // *Terra Economicus (Пространство экономики)*. 2014. Том 12. №1. с.25-36.
16. Розанова Н.М., Линева И.В. Цифровая модель для современного бизнеса // *Журнал экономической теории*. 2019. Т.16. №1. С.46-59.

17. Розанова Н.М., Мигалев Я.А. Анализ эффективности стратегий конкурентной борьбы с использованием промышленного дизайна // *Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики)*. 2014. Том 5. №4. С.75-91.
18. Розанова Н.М., Мигалев Я.А. Промышленный дизайн в модели Хотеллинга: когда продуктовая дифференциация усиливает ценовую конкуренцию // *Журнал экономической теории*, 2015. №1. С.122-132.
19. Розанова Н.М., Мигалев Я.А. Промышленный дизайн как фактор конкурентоспособности высокотехнологичных товаров в условиях современного рынка // *Terra Economicus (Пространство экономики)*. 2014. Том 12. №3. с.162-183.
20. Розанова Н.М., Юшин А.В. Механизм трансформации сетевого рынка в цифровую эпоху // *Terra Economicus (Пространство экономики)*. 2015. Том 13. №1. с.73-88.
21. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть. Теория организации промышленности. Пер. с англ. СПб. Экономическая школа. 2000.
22. Хей Д., Моррис Д. Теория организации промышленности. В 2 томах. Пер. с англ. под ред. А.Г. Слуцкого. СПб.: Экономическая школа, 1999.

## **8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения**

- Для выполнения домашних заданий необходимо ПО Microsoft Word
- Для защиты проекта необходимо ПО Power Point.

## **8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

### **(1) Официальные документы**

Нормативные документы представлены в справочно-нормативных базах «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>, «Гарант» <http://www.garant.ru/>, «Кодекс» <http://www.kodeks.ru/>. Полезно ознакомиться с информацией, предлагаемой на официальном сайте Правительства РФ: <http://www.gov.ru/>; официальном сайте Гос. Думы РФ: <http://www.duma.gov.ru/>; сайте ООН: [www.un.org](http://www.un.org/); сайте ЕС: [www.eu.int](http://www.eu.int/); сайте Организации экономического сотрудничества и развития: [www.oecd.org](http://www.oecd.org/).

### **(2) Базы данных зарубежной периодики**

По многим экономическим проблемам можно воспользоваться сайтом National Bureau of Economic Research ([www.nber.org](http://www.nber.org/)), где в разделе Working Papers имеются современные публикации, отражающие недавние исследования по различным темам. Данный сайт предлагает поиск не только по ключевым словам, но и по кодам классификации JEL.

Ведущие экономические издания США (журналы Американской экономической ассоциации American Economic Review, Journal of Economic Literature, Journal of Economic Perspectives. представлены на сайте AEA Journals ([http://www.aeaweb.org/aea\\_journals.php](http://www.aeaweb.org/aea_journals.php)).

Многие издания по экономике, финансам, бизнесу, социологии, статистике, философии и в других областях находятся на платформе JSTOR (<http://www.jstor.org/>). Текущие публикации журналов европейского издательства Elsevier можно найти в базе ScienceDirect (<http://www.sciencedirect.com/>). Документы бизнес-аналитики, отчеты по рынкам и по

компаниям, издания по экономике и менеджменту представлены на платформе EBSCO (<http://search.epnet.com/>).

Полезная информация содержится в полномасштабных изданиях магистерских и докторских (PhD) диссертациях платформы ProQuest (<http://search.proquest.com/>). Журналы по общественным, гуманитарным, техническим и медицинским наукам можно найти в базах публикаций SAGE (<http://online.sagepub.com>) и Springer (<http://link.springer.com>). Журналы, издающиеся Оксфордским университетом, находятся на платформе OxfordJournals (<http://www.oxfordjournals.org/>), а журналы Кембриджского университета – на платформе Cambridge Journals Online (<http://journals.cambridge.org>).

### (3) База данные российских журналов

Для поиска российских и русскоязычных авторов, занимающихся той или иной проблемой, а также статей российских ученых можно воспользоваться такими платформами, как: НЭБ (<http://elibrary.ru/>) – национальная экономическая библиотека, которая содержит полнотекстовые материалы научных и реферативных журналов по математике, экономике, социологии, праву, информатики, политологии; EastView (<http://www.ebiblioteka.ru/>), где находятся тексты статей ведущих российских журналов по экономике и общественным наукам («Экономика и математические методы»; «Общественные науки и современность»; «Мировая экономика и международные отношения» и др.); Интегрум (<http://aclient.integrum.ru/>), охватывающий около 500 российских журналов, около 300 центральных и более 1000 региональных газет экономической направленности.

## **8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости)**

Разнообразная отраслевая статистика, в том числе данные конъюнктурных опросов, результаты выборочных обследований, данные Всероссийской переписи населения, агрегированная статистика по разным странам, результаты глубоких интервью и других социологических обследований, представлена на таких сайтах, как:

Федеральная служба государственной статистики РФ (Росстат) (<https://rosstat.gov.ru/>);

Индикаторы мирового развития World Development Indicators (<http://databank.worldbank.org/>);

Электронная библиотека Всемирного банка World Bank e-Library (<http://www.worldbank.org/newelibrary>);

Ресурсы OECD (книги, периодические издания, препринты, специализированные статистические пакеты) (<http://www.sourceoecd.org>);

Ресурсы Мирового валютного фонда МВФ (IMF) (книги, аналитические публикации, отчеты, периодические издания, международная финансовая статистика, основные макропоказатели по странам, платежные балансы, показатели внешней торговли стран мира, государственные финансы и другая статистика) (<http://elibrary.imf.org/>)

Бизнес-ресурс Factiva (<http://global.factiva.com/en/>), который объединяет доступ к более чем 2000 газетам США, Европы и России, включая The New York Times, Wall Street Journal, Financial Times, The Guardian, Le Monde, Коммерсантъ, Российская газета, Ведомости; к более чем 3000 журналам (The Economist, Time, Forbes, Fortune, Newsweek, Эксперт, Профиль), к более чем 500 новостным лентам (Dow Jones, Reuters, The Associated Press, Интерфакс).

Поиск нужных материалов целесообразно проводить по ключевым словам, по авторам (если таковые известны) наиболее значимых исследований в своей области, по кодам классификации JEL (Journal of Economic Literature). Кроме академических платформ не следует пренебрегать и обычными поисковиками (к примеру, Google или Yandex).

### **8.5. Описание материально-технической базы**

Для организации занятий по дисциплине необходимы следующие технические средства обучения:

- мультимедийная аудитория для проведения занятий, оснащенная компьютером, проектором и презентером, а также доской для письма маркерами;
- наличие в аудитории цветных маркеров;
- оснащение компьютера в аудитории программами Windows 10 и выше: Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint);
- наличие у преподавателей и студентов возможностей для удаленного обучения посредством видеоконференций на платформе Zoom и SberJazz;
- доступ преподавателей и студентов к порталу онлайн курсов экономического факультета МГУ ([www.op.econ.msu.ru](http://www.op.econ.msu.ru));
- доступ преподавателей и студентов к институциональной подписке экономического факультета МГУ.

### **9. Язык преподавания:**

Русский, с использованием учебных материалов (научных статей и монографий) на других иностранных языках (английский, испанский, французский, немецкий) (при возможности студентов их получить и прочитать).

### **10. Преподаватель (преподаватели):**

Розанова Н.М., д.э.н., профессор, кафедра микро- и макроэкономического анализа, лекции и семинары

Красков В.В., старший преподаватель, кафедра микро- и макроэкономического анализа, семинары

### **11. Разработчики программы:**

Розанова Н.М., д.э.н., профессор, кафедра микро- и макроэкономического анализа

При участии старшего преподавателя Краскова В.В.