**Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова**

**Экономический факультет**

**МАКЕТ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

*Экономика отраслевых рынков*

*Industrial Economics*

**Направление подготовки 080100.62 «Экономика» с присвоением квалификации (степени) «бакалавр»**

**Кафедра** политической экономии. Ауд. 314, 315, 317, 318, 319, 320, 321, 322

Тел.: +7(495)9393303, +7(495)9395721

Сайт: http://www.econ.msu.ru/cd/71 e-mail: politec@econ.msu.ru

**Статус дисциплины:** обязательная,изучается в 6 семестре на программе бакалавров по направлению «Экономика»

**Авторы программы и преподаватели дисциплины:**

Бойцова Елена Юрьевна. **boytsova@mail.ru** +7 (905) 776-79-50

Заздравных Алексей Витальевич **apkreforma@mail.ru**+7 (916) 681-41-31

Рой Лариса Владимировна **larisa.roy@yandex.ru**+7 (916) 931-09-66

Тарануха Юрий Васильевич **Yu.taranukha@mail.ru** +7 (903) 554-56-48

**1. Перечень планируемых результатов обучения**

**1.1. Программа курса нацелена на формирование следующих компетенций:**

а) **Общепрофессиональных (ОПК):**

**ОПК-2** способность осуществлять поиск, сбор, анализ и обработку данных, необходимых для эффективного решения профессиональных задач;

**ОПК-3** способность выбирать и комбинировать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы;

**ОПК-4** способностью находить эффективные и комплексные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность.

б) **Профессиональных (ПК):**

**ПК-4** способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и экономические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты и делать прогнозы;

**ПК-6** способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей;

**ПК-7** способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет;

**ПК-9** способность организовывать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта;

**ПК-11** способность критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений на микро и макроуровне, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности и возможных социально-экономических последствий;

в) **Общекультурных (ОК):**

**ОК-3** способность использовать фундаментальные экономические знания в различных сферах деятельности;

**1.2. В результате изучения обучающийся студент должен[[1]](#footnote-1):**

**знать:**

**З.1** основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки;

**З.2** методы построения эконометрических моделей объектов, явлений и процессов;

**З.3** основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне;

**уметь:**

**У1** выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;

**У.2** рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели;

**У.3** использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;

**У.4** анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей;

**У.5** осуществлять поиск информации по полученному заданию.

**У.6** строить на основе описания ситуаций стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;

 **У.7** прогнозировать на основе стандартных теоретических и эконометрических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений,

 **У.8** представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи;

**У.9** организовать работу малого коллектива, рабочей группы

**владеть:**

**В.1** методологией экономического исследования;

**В.2** современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;

**В.3** современной методикой построения эконометрических моделей;

**В.4** методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей;

**В.5** современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне;

**1.3. Виды профессиональной деятельности, к которым готовит дисциплина:**

аналитическая, научно-исследовательская;

поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов;

обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов;

построение стандартных теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, анализ и интерпретация полученных результатов;

подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов;

проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов;

организационно-управленческая;

участие в разработке вариантов управленческих решений, обосновании их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений;

организация выполнения порученного этапа работы;

участие в подготовке и принятии решений по вопросам организации управления и совершенствования деятельности экономических служб и подразделений предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. с учетом правовых, административных и других ограничений;

**2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы подготовки бакалавра**

Дисциплина «Экономика отраслевых рынков» относится к базовой части (обязательные дисциплины) профессионального цикла (Б.3), содержится в перечне дисциплин указанного цикла Федерального государственного образовательного стандарта для бакалавров направления 080100.62 «Экономика».

Курс гармонично встраивается в «Концепцию новых ООП бакалавров направления «Экономика»», действующую на Экономическом факультете МГУ имени М.В Ломоносова, ориентирован на повышение интереса к процессу обучения, понимание выпускниками факультета применимости знаний и росту их конкурентоспособности на рынке труда.

Основная цель курса - формирования теоретических и практических знаний о характере функционирования современных рынков в условиях новой конкуренции, развитие умений и навыков применения широкого спектра конкурентных стратегий с учетом требований законодательства. Также курс ориентирован на качественное овладение аналитическими инструментами, позволяющих получать объективную информацию о происходящих в отраслях производства и на товарных рынках экономических процессах.

Освоение курса даст студенту необходимый набор теоретических фундаментальных знаний и соответствующих практик для успешной и эффективной работы в следующих **областях профессиональной деятельности**:

**-** экономические, маркетинговые и аналитические службы организаций различных отраслей, сфер и форм собственности;

- органы государственной и муниципальной власти,

- академические и ведомственные научно-исследовательские организации;

Успешное освоение основных положений курса обеспечивает формирование таких элементов портрета академического выпускника-бакалавра ЭФ МГУ им М.В. Ломоносова, как фундаментальная теоретическая подготовка и эрудиция, ориентация на выстраивание долгосрочных профессиональных стратегий. При этом объектами профессиональной деятельности выступают различные стратегии поведения хозяйствующих агентов и широкий спектр функционирующих отраслевых рынков.

Освоение курса требуется высокой подготовки по курсам микро- и макроэкономики, а также владение инструментарием математического и статистического анализа.

Развивая фундаментальные положения курсов «Микроэкономика» и «Макроэкономика» и дополняя многообразием их проявлений в хозяйственной практике, дисциплина «Экономика отраслевых рынков» формирует у студента качественно новый уровень компетенций – способность применять полученное знание. Поэтому курс является базой для освоения таких дисциплин, как «Маркетинг», «Менеджмент организации», «Экономика фирмы», «Стратегический менеджмент», «Инновационная деятельность», «Конкурентная и промышленная политика», «Государственное регулирование».

Желательно преподавание курса в 6-м семестре. Трудоемкость освоения дисциплины – 5 зачетных единиц (кредитов).

**3. Желательный объем дисциплины по формам работы в часах и зачетных единицах трудоемкости**

| **Вид учебной работы** | **Трудоемкость** |
| --- | --- |
| **зачетных единиц** | **часов** |
|
| **Общая трудоемкость** **по учебному плану** |  **5** | **180** |
| **Аудиторные занятия** | **3,2** | **116** |
| Лекции  | 1 | 36 |
| Семинарские занятия  | 1,7 | 62 |
| Контактные часы | 0,3 | 10 |
| Контрольные работы  | 0,2 | 8 |
| **Самостоятельная работа:** | **1,5** | **54** |
| Реферат, эссе  | 0,2 | 8 |
| Исследовательский проект  | 0,6 | 22 |
| Самоподготовка (повторение лекционного материала изучение рекомендованной литературы, подготовка к семинарским занятиям, рубежному контролю и т.д.) | 0,7 | 25 |
| **Итоговый контроль: экзамен** | **0,3** | **10** |

**4. Структура и содержание дисциплины**

**4.1. 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** | **2** |
| **Тема II. Отраслевой рынок, его структура и границы**2.1. Рынок и отрасль. Границы рынка: Современная методология и практика ограничения рынков. 2.2. Классификация рынков для целей анализа. 2.3. Анализ базисных условий функционирования отраслей и рынков. | **4** | **8** | **4** |
| **Тема III Поведение фирмы на современном рынке** 3.1. Подходы к анализу фирмы. 3.2. Цели фирмы.3.3. Поведение фирмы в условиях новой конкуренции. | **2** | **4** | **4** |
| **Тема IV. 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. | **4** | **8** | **4** |
| **Тема V. 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 Методика оценки уровня отраслевых барьеров. | **4** | **8** | **4** |
| **Тема VI. Стратегическое взаимодействие компаний.** 6.1. Некооперированные стратегии фирм: современная практика взаимодействия.6.2. Способы доминирования на современных рынках.6.3. Анализ современной практики кооперативного поведения фирм. Картель: факторы устойчивости соглашений.6.4. Вертикальная интеграция и вертикальные контракты: влияние на конкуренцию. Слияния и поглощения на современных товарных рынках.6.5. Диверсификация, как способ укрепления конкурентного потенциала фирмы. | **6** | **12** | **4** |
| **Тема VII. 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** | **8** | **4** |
| **Тема VIII. Рынок естественной монополии.** 8.1. Естественная монополия и экономические эффекты монопольной власти.8.2. Практика государственного регулирования отраслей естественной монополии. | **2** | **4** | **2** |
| **Тема IX. Ценовая конкуренция и ценовые стратегии операторов.** 9.1. Роль и особенности ценовой конкуренции.9.2. Современная практика реализации ценовых стратегий. | **2** | **4** | **4** |
| **Тема X. Информация и рынок.** 10.1. Роль информации в принятии экономических решений.10.2. Асимметрия информации и риск безответственного поведения.10.3. Негативный отбор и формы его разрешения.10.4. Асимметрия информация о ценах и характер функционирования рынка. | **2** | **4** | **4** |
| **Тема XI. Инновационная активность и рыночная структура** 11.1. Природа инновационной деятельности.11.2. Отраслевая структура и инновационная активность. 11.3. Влияние инновационной активности фирм на результативность функционирования и структуру рынка. | **2** | **4** | **4** |
| **Тема XII. 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. | **2** | **4** | **4** |

**4.2. Связь содержания дисциплины с формируемыми компетенциями**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ТЕМЫ** | **Формируемая****компетенция** | **Дескриптор****(описание профессиональных навыков,****формирующих компетенцию)** |
| **Тема I****Введение в предмет** | **ОК-3** | **З.1** знает основные особенности ведущих школ и направлений теории отраслевых рынков;  |
| **Тема II****Отраслевой рынок, его структура и границы** | **ОК-3****ОПК-2****ПК-6****ПК-7** | **У.2** умеет рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы показатели для анализа товарных рынков; **У.3** умеет использовать источники экономической информации о текущем состоянии и особенностях функционирования товарных рынков;**У.4** умеет анализировать и интерпретировать данные статистики о экономических процессах и явлениях на товарных рынках, выявлять тенденции изменения показателей;**У.5** умеет осуществлять поиск информации по полученному заданию (проект);**В.1** владеет методологией экономического исследования базисных условий функционирования товарных рынков; **В.5** владеет современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы на микро и мезоуровне экономики; |
| **Тема III****Поведение фирмы на современном рынке** | **ПК - 4****ПК-11** | **З.2** знает методы построения экономических моделей, характеризующих поведение современных фирм;**У.3** умеет использовать источники информации, связанной с деятельностью современной фирмы; **У.4** умеет анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики; **У.6** умеет строить на основе описания ситуаций стандартные модели поведения фирм, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;**В.4** владеет методами и приемами анализа поведения фирмы с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей; **В.5** владеет современными методиками расчета и анализа экономических показателей, характеризующих современную фирму и ее поведение;  |
| **Тема IV****Концентрация и рыночная власть компаний** | **ОК-3****ОПК-2****ОПК-3****ПК-7****ПК-9** | **З.3** знает основы построения, расчета и анализа современной системы показателей экономической концентрации и уровня рыночной власти фирмы;**У.2** умеет рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы показатели экономической концентрации и уровня рыночной власти фирмы; **У.3** умеет использовать источники информации для анализа показателей концентрации и рыночной власти; **У.4** умеет анализировать и интерпретировать данные статистики о рыночном положении фирм на товарных рынках, выявлять тенденции изменения показателей концентрации; **У.5** осуществлять поиск информации по полученному заданию (проекту).**У.8** умеет представлять результаты аналитической работы в виде отчета об исследовании конкретного рынка;**У.9** умеет организовать работу малого коллектива, рабочей группы (при выполнении исследовательского проекта)**В.1** владеет методологией экономического исследования товарных рынков; **В.2** владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных о рыночном положении фирм; **В.5** владеет современными методиками расчета и анализа уровня концентрации и рыночной власти фирм; |
| **Тема V****Исследование барьеров входа-выхода на отраслевом рынке** | **ОК-3****ОПК-2****ОПК-3****ОПК-4****ПК-11** | **З.3** знает основы построения, расчета и анализа современной системы показателей оценки уровня отраслевых барьеров;**У1** умеет выявлять проблемы экономического характера при анализе ситуаций, связанных со входом фирм на товарный рынок, предлагать способы их решения с учетом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных последствий для фирм;**У.6** умеет строить на основе описания ситуаций стандартные экономические модели действия барьеров на товарных рынках, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;**В.2** владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных об уровне барьеров на конкретном рынке; **В.3** владеет современной методикой построения моделей поведения фирм при угрозе входа конкурентов;  |
| **Тема VI****Стратегическое взаимодействие компаний** | **ОК-3****ОПК-2****ОПК-4****ПК-4****ПК-6****ПК-7****ПК-11** | **З.2** знает методы построения экономических моделей, характеризующих некооперированное поведение современных фирм;**З.3** знает основы построения, расчета и анализа современной системы показателей оценки уровня диверсификации фирм;**У1** умеет выявлять проблемы экономического характера при анализе ситуаций, связанных с доминированием фирм на товарном рынке, предлагать способы их решения с учетом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных последствий для фирм;**У.6** умеет строить на основе описания ситуаций стандартные экономические модели картельных сговоров, вертикальной интеграции, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;**У.7** прогнозировать на основе стандартных теоретических и экономических моделей поведение крупных фирм в различных условиях конкурентной борьбы; **В.2** владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных о наличии картельных соглашений на конкретном рынке; **В.3** владеет современной методикой построения моделей поведения фирм в условиях вертикальной интеграции; |
| **Тема VII****Квазимонопольное поведение компаний на отраслевом рынке** | **ОК-3****ОПК-2****ОПК-4****ПК-4****ПК-6****ПК-7****ПК-11** | **З.2** знает методы построения экономических моделей, характеризующих неценовую конкуренцию на современных рынках;**У1** умеет выявлять проблемы экономического характера при анализе ситуаций, связанных с продуктовой дифференциацией, осуществлять оценку рисков и возможных последствий для фирм;**У.3** умеет использовать источники информации для анализа квазимонопольных стратегий фирм; **У.6** умеет строить на основе описания ситуаций стандартные экономические модели квазимонопольного поведения фирм, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;**У.7** прогнозировать на основе стандартных теоретических и экономических моделей поведение крупных фирм в условиях продуктовой дифференциации; **В.3** владеет современной методикой построения моделей оптимизации рекламных бюджетов фирм; |
| **Тема VIII****Рынок естественной монополии** | **ОПК-3****ОПК-4****ПК-4****ПК-6****ПК-7****ПК-11** | **З.2** знает методы построения экономических моделей регулирования отраслей естественных монополий, а также оценки эффектов монопольной власти;**У.3** умеет использовать источники информации для анализа показателей функционирования фирмы в отраслях естественных монополий; **У.4** умеет анализировать и интерпретировать данные статистики о ключевых экономических индикаторах деятельности естественных монополий, выявлять тенденции их изменения; **У.6** умеет строить на основе описания ситуаций стандартные экономические модели регулирования отраслей естественных монополий, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;**В.1** владеет методологией экономического исследования отраслей естественных монополий; **В.3** владеет современной методикой построения моделей регулирования отраслей естественных монополий; |
| **Тема IX****Ценовая конкуренция и ценовые стратегии операторов** | **ОК-3****ОПК -2****ОПК-4****ПК-4****ПК-6****ПК-11** | **З.2** знает методы построения экономических моделей различных ценовых стратегий;**У1** умеет выявлять проблемы экономического характера при анализе ситуаций, связанных с ценовой конкуренцией, осуществлять оценку рисков и возможных последствий для фирм;**У.6** умеет строить на основе описания ситуаций стандартные экономические модели использования различных ценовых стратегий, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;**В.2** владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных об изменении цен на конкретном рынке; **В.3** владеет современной методикой построения моделей поведения фирм в условиях ценовой конкуренции;**В.4** владеет методами и приемами анализа ценовых стратегий фирм с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей;  |
| **Тема X****Информация и рынок** | **ОПК-3****ОПК-4****ПК-4****ПК-7****ПК-11** | **З.1** знает значение и роль информации для эффективности функционирования рынка и принятия правильных управленческих решений;**З.2** знает методы построения экономических моделей поведения фирм и функционирования рынка в условиях неполноты и асимметрии информации;**У1** умеет выявлять проблемы, возникающие на рынках с высокой степенью неполноты и асимметрии информации; оценивать возникающие при этом риски и возможные экономические последствия;**У.6** умеет строить на основе описания ситуаций стандартные экономические модели функционирования рынков с высокой степенью неполноты информации и интерпретировать возникающие при этом модели поведения агентов рынка;**У.7** умеет прогнозировать на основе стандартных экономических моделей поведение экономических агентов на рынках с высокой степенью неполноты и асимметрии информации**В.1** владеет методологией экономического исследования функционирования рынков с высокой степенью неполноты и асимметрии информации, а также поведения фирм на такого рода рынках; **В.4** владеет методами и приемами анализа рынков с асимметричной информацией, а также поведения действующих на таких рынках агентов с помощью стандартных и не стандартных экономических моделей; |
| **Тема XI****Инновационная активность****и рыночная структура**  | **ОПК - 3****ОПК - 4****ПК-4****ПК-6****ПК-7****ПК-11** | **З.1** знает значение и роль инновационной деятельности в формировании конкурентных преимуществ;**З.2** знает методы построения экономических моделей инновационного поведения фирм при разных типах структуры отрасли, а также эволюции рынков под влиянием инновационной деятельности фирм;**У.3** умеет использовать источники экономической и управленческой информации для оценки степени инновационной активности на отраслевом рынке, а также прогнозирования тенденций трансформации рыночной структуры; **У.4** умеет анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики об инновационном процессе в отрасли и выявлять тенденции изменения характеризующих его показателей; **У.6** умеет строить на основе описания ситуаций стандартные и не стандартные теоретические модели инновационного поведения фирм при разных структурах рынка и интерпретировать причины и последствия такого поведения;**У.7** умеет прогнозировать на основе стандартных экономических моделей уровень инновационной активности фирм при разных структурах рынка, а также результативность функционирования отраслевого рынка в зависимости от уровня инновационной активности фирм;**В.1** владеет методологией экономического исследования вопросов инновационной активности фирм, а также проблем, связанных с влиянием на нее разных типов отраслевых структур; **В.2** владеет современными методами сбора, обработки и анализа экономических данных, связанных с вопросами инновационной активности фирм и инновационности отраслевого рынка; **В.3** владеет современной методикой построения экономических моделей инновационной активности фирм при разных структурах рынка и разном уровне защиты прав на инновации; **В.4** владеет методами и приемами анализа инновационной активности фирм и инновационности отраслевого рынка с помощью стандартных не стандартных экономических моделей. |
| **Тема XII****Роль государства в развитии отраслевых рынков** | **ОК-3****ОПК – 2****ОПК – 3****ОПК – 4****ПК-6****ПК-7****ПК-11** | **З.1** знает основные взгляды ведущих школ и направлений теории на проблемы оценки результативности товарных рынков;**З.3** основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих результативность функционирования современных рынков;**У1** умеет выявлять проблемы экономического характера при анализе товарных рынков и их текущего состояния;**У.3** умеет использовать источники информации для анализа инструментов государственного регулирования товарных рынков; **В.2** владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных о мерах и результатах государственного регулирования товарных рынков;  |

**5. Перечень учебно-методического обеспечения для**

**самостоятельной работы**

**5.1. Литература:**

1. Рой Л.В. Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков М.: Инфра-М, 2008. Серия - Учебники экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова

2. Тарануха Ю.В. Экономика отраслевых рынков (в структурно-логических схемах). Учебное пособие. М. «Дело и Сервис”. 2009.

3. Шерер Ф.М., Росс Д. Структура отраслевых рынков. М. 1997.

4. Church Jeffrey, Ware Roger. Industrial Organization: A Strategic Approach. Irwin McGraw-Hill. Boston., 2000

5. Бойцова Е.Ю., Корчагина З.А. Экономика отраслевых рынков. Учеб.-метод. пособие. - М.: МАКС Пресс, 2008.

6. Розанова Н.М. Эффективная организация отрасли. Практическое руководство. Учебное пособие. М: Дело, 2009

**5.2. Иные материалы для самостоятельной работы**

1. Нормативные акты (изучение с использованием правовой системы ГАРАНТ):

-Федеральный закон «О защите конкуренции»

-Федеральный закон «О рекламе»

-Федеральный закон «О естественных монополиях»

-Методические указания о порядке анализа товарных рынков (ФАС РФ)

2. Презентации лекций по дисциплине, размещенные на портале ON.ECON.

3. Сборник тестов, графических упражнений и задач для самостоятельной работы

4. Сборник ситуационных заданий (кейс-стади) и методические рекомендации (указания) по их выполнению.

5. Тематика рефератов, эссе и методические рекомендации (указания) по их выполнению.

6. Темы докладов и методические рекомендации (указания) по их выполнению

Также предусмотренные для самостоятельной работы часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к осмыслению рассматриваемых проблем. К самостоятельному виду работы студентов относится работа в библиотеках, в электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для проведения практических занятий или выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам (в частности, исследовательского проекта и эссе). Студенты могут установить электронный диалог с преподавателем, выполнять посредством него контрольные задания.

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

**6.1. Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе обучения**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Шифр*** | ***Дескриптор*** | ***Формы и методы*** | ***Содержание тем*** | ***Оценочные средства знаний, умений и навыков*** |
| **ОПК-2 Способность осуществлять поиск, сбор, анализ и обработку данных, необходимых для эффективного решения профессиональных задач** |
| **У.2** | умеет рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы показатели для анализа товарных рынков, экономической концентрации и уровня рыночной власти фирмы; | **Семинарские занятия** | Концентрация и рыночная власть компаний | **Вопросы к обсуждению на семинарах****Ситуационные задачи и бизнес-кейсы** |
| **У.3** | умеет использовать источники информации для анализа показателей концентрации и рыночной власти, степени инновационной активности на отраслевом рынке, квазимонопольных стратегий фирм, функционирования фирмы в отраслях естественных монополий;  | **Выполнение исследовательского проекта** | Разделы проекта: структура рынка | **Индивидуальные задания для выполнения проекта** |
| **Семинарские занятия** | Квазимонопольное поведение компаний на отраслевом рынкеРынок естественной монополииИнновационная активность и рыночная структура | **Вопросы к обсуждению на семинарах****Ситуационные задачи и бизнес-кейсы** |
| **У.5** | умеет осуществлять поиск информации по полученному заданию (проекту) | **Выполнение исследовательского проекта** | Разделы проекта: базисные условия, структура рынка, поведение фирм, государственное регулирование товарных рынков | **Индивидуальные задания для выполнения проекта** |
| **В.2** | владеет современными методами сбора, обработки и анализа данных об изменении цен на конкретном рынке, о рыночном положении фирм, об уровне отраслевых барьеров входа-выхода, о мерах и результатах государственного регулирования товарных рынков, об уровне инновационной активности фирм; | **Семинарские занятия** | Концентрация и рыночная власть компанийИсследование барьеров входа-выходаЦеновая конкуренция и ценовые стратегии операторовРоль государства в развитии отраслевых рынковИнновационная активность и рыночная структура | **Вопросы к обсуждению на семинарах****Ситуационные задачи и бизнес-кейсы** |
| **ОПК-3 Способность выбирать и комбинировать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы** |
| **У.4** | умеет анализировать и интерпретировать данные статистики о рыночном положении фирм на товарных рынках, об уровне концентрации, ключевых экономических индикаторах деятельности естественных монополий, об инновационном процессе в отрасли, выявлять тенденции изменения показателей;  | **Семинарские занятия** | Концентрация и рыночная власть компанийРынок естественной монополииИнновационная активность и рыночная структура | **Вопросы к обсуждению на семинарах****Ситуационные задачи и бизнес-кейсы** |
| **Выполнение исследовательского проекта** | Разделы проекта: базисные условия, структура рынка. | **Индивидуальные задания для выполнения проекта** |
| **У.3** | умеет использовать источники информации для анализа инструментов государственного регулирования товарных рынков;  | **Выполнение исследовательского проекта** | Роль государства в развитии отраслевых рынков |
|  |  |  |  |  |
| **ОПК-4 Способностью находить эффективные и комплексные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность** |
| **У1** | умеет выявлять проблемы экономического характера при анализе ситуаций, связанных со входом фирм на товарный рынок, продуктовой дифференциацией, ценовой конкуренцией, асимметрией информации и предлагать способы их решения с учетом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных последствий для фирм; | **Лекции**  | Исследование барьеров входа-выходаКвазимонопольное поведение компаний на отраслевом рынкеЦеновая конкуренция и ценовые стратегии операторовИнформация и рынок | **Вопросы к экзамену****Тестовые задания****Задания контрольных работ** |
| **Семинарские занятия** | Анализ бизнес-кейсов и групповое решение ситуационных задач | **Вопросы к экзамену****Тестовые задания****Задания контрольных работ** |
|  |  |  |  |  |
| **ПК-4 Способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты и делать прогнозы** |
|  |  |
| **У.6** | умеет строить на основе описания ситуаций стандартные модели квазимонопольного поведения фирм, картельных сговоров, вертикальной интеграции, различных ценовых стратегий, регулирования естественных монополий, функционирования рынков с высокой степенью неполноты информации, инновационного поведения фирм при разных структурах рынка, анализировать и содержательно интерпретировать поведение агентов рынка; | **Лекции и семинарские занятия** | Поведение фирмы на современном рынкеКвазимонопольное поведение компаний на отраслевом рынкеЦеновая конкуренция и ценовые стратегии операторовСтратегическое взаимодействие компанийРынок естественной монополииИнформация и рынок | **Вопросы к экзамену****Тестовые задания****Задания контрольных работ****Вопросы к обсуждению на семинарах****Ситуационные задачи и бизнес-кейсы** |
| **В.4** | владеет методами и приемами анализа поведения фирмы, ее ценовых стратегий, в т. ч. на рынках с асимметричной информацией, с помощью стандартных и не стандартных экономических моделей;  |
| **В.3.** | владеет современной методикой построения моделей поведения фирм при угрозе входа конкурентов, оптимизации рекламных бюджетов фирм, поведения фирм в условиях ценовой конкуренции**,** моделей регулирования отраслей естественных монополий; | **Семинарские занятия** | Исследование барьеров входа-выходаКвазимонопольное поведение компаний на отраслевом рынкеЦеновая конкуренция и ценовые стратегии операторовРынок естественной монополии | **Вопросы к обсуждению на семинарах****Ситуационные задачи и бизнес-кейсы** |
| **ПК-6 Способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей** |
| **У.4** | умеет анализировать и интерпретировать данные статистики о рыночном положении и поведении фирм на товарных рынках, об уровне концентрации, ключевых экономических индикаторах деятельности естественных монополий, об инновационном процессе в отрасли, выявлять тенденции изменения показателей; | **Семинарские занятия** | Концентрация и рыночная власть компанийИсследование барьеров входа-выхода на отраслевом рынкеСтратегическое взаимодействие компанийЦеновая конкуренция и ценовые стратегии операторовРынок естественной монополииИнновационная активность и рыночная структура | **Вопросы к обсуждению на семинарах****Ситуационные задачи и бизнес-кейсы** |
|  |  |  |  |  |
| **ПК-7 Способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет** |
| **У.5** | умеет осуществлять поиск информации по полученному заданию | **Выполнение исследовательского проекта** | Разделы проекта: базисные условия, структура рынка, поведение фирм, государственное регулирование товарных рынков | **Индивидуальные задания для выполнения проекта** |
| **Подготовка реферата** | По предложенным темам  | **Темы рефератов** |
| **ПК-11 Способность критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности и возможных социально-экономических последствий** |
|  |  |  |  |  |
| **У.7** | прогнозировать на основе стандартных теоретических и экономических моделей поведение крупных фирм в условиях продуктовой дифференциации; уровень инновационной активности фирм при разных структурах рынка, а также результативность функционирования отраслевого рынка в зависимости от уровня инновационной активности фирм; | **Семинарские занятия** | Концентрация и рыночная власть компанийКвазимонопольное поведение компаний на отраслевом рынкеЦеновая конкуренция и ценовые стратегии операторовИнновационная активность и рыночная структура | **Вопросы к обсуждению на семинарах****Ситуационные задачи и бизнес-кейсы** |
| **В.5** | владеет современными методиками расчета и анализа экономических показателей, характеризующих современную фирму и ее поведение, уровень концентрации и рыночной власти фирм, степень инновационной активности фирм; |
| **ОК-3 Способность использовать фундаментальные экономические знания в различных сферах деятельности** |
| **З.1** | знает основные особенности ведущих школ и направлений теории отраслевых рынков, взгляды на проблемы оценки результативности товарных рынков, на роль информации в функционировании рынков; | **Лекции** | Введение в предметКонцентрация и рыночная власть компанийИсследование барьеров входа-выхода на отраслевом рынкеСтратегическое взаимодействие компанийКвазимонопольное поведение компаний на отраслевом рынкеЦеновая конкуренция и ценовые стратегии операторовИнформация и рынокИнновационная активность и рыночная структураРоль государства в развитии отраслевых рынков | **Вопросы к экзамену****Тестовые задания****Задания контрольных работ** |
| **З.2** | знает методы построения экономических моделей, характеризующих некооперированное поведение, ценовую и неценовую конкуренцию современных фирм, поведение фирм и особенности функционирования рынка в условиях неполноты и асимметрии информации, инновационное поведение фирм при разных типах структуры отрасли, а также эволюцию рынков под влиянием инновационной деятельности фирм. |
| **З.3** | знает основы построения, расчета и анализа современной системы показателей экономической концентрации и уровня рыночной власти фирмы, оценки уровня отраслевых барьеров и результативности функционирования современных рынков |
| **У.1** | умеет выявлять проблемы экономического характера при анализе товарных рынков и их текущего состояния, а также ситуаций, связанных со входом фирм на товарный рынок, доминированием, ценовой конкуренцией, с высокой степенью неполноты и асимметрии информации, предлагать способы их решения с учетом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных последствий для фирм; | **Семинарские занятия** | Исследование барьеров входа-выхода на отраслевом рынкеСтратегическое взаимодействие компанийЦеновая конкуренция и ценовые стратегии операторовРоль государства в развитии отраслевых рынковИнформация и рынок | **Вопросы к обсуждению на семинарах****Ситуационные задачи и бизнес-кейсы** |
| **У.2** | умеет рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы показатели для анализа товарных рынков, экономической концентрации и уровня рыночной власти фирмы | **Выполнение исследовательского проекта** | Разделы проекта: структура рынка | **Индивидуальные задания для выполнения проекта** |
| **В.1** | владеет методологией экономического исследования товарных рынков;  | Разделы проекта: базисные условия, структура рынка, поведение фирм |

**6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций**

**6.2.1. Перечень вопросов и проблем к обсуждению на семинарах**

1. Как корректно выделить релевантный рынок?

2. Каким способом наиболее точно можно установить степень взаимозаменяемости продуктов?

3. Какие базисные условия являются общими для различных потребительских рынков в России?

4. Каковы цели и каков характер поведения современных фирм в условиях новой конкуренции?

5. В чем причины различного числа операторов на рынках?

6. Какие существуют критерии отнесения рынков к числу высококонкурентных?

7. Какие возможности предоставляет информация об уровне концентрации в отрасли?

8. Можно ли с помощью традиционных методик определить реальный уровень рыночной власти компании?

9. Существует ли связь между уровнем конкуренции и возможностями входа новых фирм?

10. Можно ли объективно и корректно оценить величину барьеров на вход при принятии инвестиционных решений?

11. Какие барьеры следует считать непреодолимыми?

12. Какие стратегические барьеры наиболее эффективны при сдерживании входа новых фирм?

13. Как инновационные стратегии влияют на положение фирмы на рынке?

14. Какой диапазон решений у действующих фирм при угрозе входа конкурентов и каков оптимальный выбор?

15. При каких обстоятельствах стратегии противодействия входа запрещены законодательством РФ?

16. Какие причины заставляют государство создавать дополнительные барьеры на вход?

17. В чем заключаются современные причины доминирования на рынках отдельных фирм?

18. Какие ограничения на стратегии фирмы возникают в России при признании ее доминирующей со стороны антимонопольной службы?

19. Какие обстоятельства делают невозможным признание фирмы доминирующей?

20. Существуют ли объективные факторы, заставляющие фирмы заключать картельные соглашения?

21.Какие признаки и параметры рынка свидетельствуют о действии картеля на рынке?

22. В чем заключается природа вертикальных контрактов?

23. Как происходит перераспределение рыночной власти в условиях вертикальной интеграции?

24. Какие факторы внешней и внутренней среды стимулируют фирму к вертикальной интеграции?

25. Какие стратегические, организационные и экономические преимущества получают фирмы в вертикально-интегрированных структурах?

26. Проблема недружественного захвата активов в России: миф, или реальность?

27. В чем состоят принципиальные преимущества для фирмы от наличия у нее квазимонопольной власти?

28. Существуют ли рынки, изначально склонные к квазимонопольной структуре?

29. Какие традиционные ошибки могут возникать при формировании рекламных бюджетов?

30. Как правильно установить оптимальную величину рекламных расходов при данном состоянии рынка?

31. Насколько активной должна быть государственная политика регулирования отраслей естественных монополий в России?

32. В чем заключается баланс интересов общества (потребителей) и операторов рынка естественных монополий?

33. Каким целям фирмы соответствуют те, или иные ценовые стратегии?

34. Какие факторы являются препятствиями для использования тех, или иных ценовых стратегий?

35. В чем состоит связь между уровнем рыночной власти компании и наличием ценовой конкуренции в отрасли?

36. Какие риски для потребителей и фирм порождает асимметрия информации?

37. Существуют ли эффективные практики уменьшения асимметрии информации?

38. Возможен ли правильный (оптимальный) выбор в условиях асимметрии информации?

39. Как инновационная активность трансформирует рынки?

40. Можно ли корректно оценить реальный уровень инновационности фирмы?

41. Какие меры промышленной политики наиболее востребованы в современных российских условиях?

42. С помощью каких KPI можно оценить регулирующее воздействие?

**6.2.2. Перечень тем рефератов и эссе**

1.Подходы к исследованию товарных рынков: сравнительный анализ взглядов различных школ.

2. Практические методики определения границ рынков для целей анализа: экономические и правовые подходы.

3. Асимметрия информации о параметрах рынков и проблема корректного установления границ.

4. Рыночные структуры и их сравнительный анализ.

5. Влияние базисных условий на структуру и результативность товарных рынков.

6. Роль классификации рынков в системе антимонопольного анализа.

7. Поведение фирм в условиях новой конкуренции: подходы к анализу.

8. Влияние экономической концентрации на структуру рынка: взгляды различных школ.

9. Оценка экономической концентрации в системе антимонопольного регулирования.

10. Преимущества и противоречия ключевых индикаторов оценки экономической концентрации.

11. Типы отраслевых барьеров и их влияние на структуру рынков.

12. Современные проблемы определения уровня отраслевых барьеров.

13. Барьеры как фактор принятия инвестиционных решений.

14. Влияние государства на величину барьеров входа-выхода: взгляды различных школ.

15. Доминирование на товарном рынке в РФ: экономический и правовой аспекты.

16. Влияние доминирующих фирм на состояние конкуренции и поведение отраслевых операторов.

17. Антимонопольная практика контроля доминирующих фирм.

18. Картельные соглашения: положительные и отрицательные эффекты для отрасли.

19. Антимонопольная практика пресечения картельных сговоров.

20. Анализ факторов устойчивости картелей.

21. Программы ослабления наказаний в системе антикартельной политики.

22. Вертикальная интеграция как способ укрепления рыночной власти фирм.

23. Технологические, экономические и рыночные предпосылки к вертикальной интеграции.

24. Экономические эффекты вертикальной интеграции.

25. Вертикальные контракты в торговых отношениях: особенности и противоречия.

26. Особенности регулирования вертикальных взаимоотношений в различных странах: сравнительный анализ.

27. Сделки слияний и поглощений в отраслях материального производства в России.

28. Проблемы рейдерства и недружественного захвата активов в России.

29. Диверсификация, как стратегия экономического роста компании.

30. Экономические границы диверсификации: подходы к измерению.

31. Проблемы оценки реального уровня диверсификации фирм.

32. Источники, факторы и основные характеристики квазимонопольного поведения фирм.

33. Формы неценовой конкуренции на товарных рынках.

34. Проблемы и методики оптимизации рекламных бюджетов.

35. Государственные ограничения стратегий продуктовой дифференциации.

36. Ценовые стратегии фирм: виды, сравнительный анализ, условия эффективности, государственные ограничения.

37. Особенности ценообразования крупных и мелких фирм при различных состояниях рынка.

38. Подходы к анализу экономических эффектов монопольной власти.

39. Ценовые и неценовые инструменты регулирования естественных монополий.

40. Инновационная активность фирм. ее влияние на структуру рынка и характер конкуренции.

41. Практические способы преодоления асимметрии информации.

42. Политика государства по поддержанию и развитию отраслевых рынков.

43. Промышленная политика в РФ: современные проблемы и вызовы.

Требования к реферату (эссе):

До 20 страниц. В качестве темы выбирается любая из предложенного списка (1 человек на тему)

Структура работы:

1. Актуальность проблемы

2. Обзор теоретических положений (определения, модели, точки зрения и т.д.)

3. Российская практика (состояние)

4. Государственное регулирование проблемы.

5. Авторская позиция.

Обязателен список литературы и иных источников.

**6.2.3. Ситуационные задачи и бизнес-кейсы для самостоятельной работы и семинаров (формируют компетенции)**

1. *Работа с кейсом* предполагает анализ информации по изучаемому объекту, постановку проблемы, поиск решений, составление (отбор) предлагаемых путей решения проблемы. Данный метод привязывает дискуссию к реальным фактам, с которыми студентам в той или иной мере придется столкнуться в профессиональной деятельности. Выполнение кейса позволяет осмыслить механизм и средство решения актуальных проблем, попробовать себя в роли лица, ответственного за принятие решений. Кейс- метод не ограничивается лишь совместным обсуждением проблемы в учебной аудитории, предполагает реализацию следующих шагов:

-индивидуальную подготовку участников к обсуждению конкретной ситуации (сбор информации) по обсуждаемой проблеме;

-предварительное неформальное обсуждение кейс-ситуации в активной группе (однокурсников);

-кейс-обсуждение под руководством преподавателя;

-письменная контрольная работа с использованием кейса.

**Пример бизнес-кейса:**

Газированная свежесть// Эксперт, январь 2013

*Продуктовая сеть «Дикси» рассталась с форматом дискаунтеров и перешла на формат «магазин у дома». Это первая попытка федерального ритейлера занять нишу действительно свежей и недорогой еды*

В 2011 году руководство «Дикси», одного из крупнейших продуктовых ритейлеров, приняло решение сменить формат и перейти из сегмента дискаунтеров в средний ценовой сегмент. Теперь это «магазины у дома» или в шаговой доступности от метро. Ребрендинг «Дикси» совпал с приобретением в том же 2011 году сети «Виктория», часть площадей которой тоже была переведена в новый формат. В результате к лету нынешнего года на территории двадцати российских областей появилось полторы тысячи обновленных магазинов «Дикси».

Формально на российском рынке уже существует федеральная сеть «магазинов у дома» — это «Магнит». Однако его пример далек от идеала, и понятно почему: из ключевых признаков формата, таких как доступные цены, акцент на качественные свежие продукты, дружелюбная атмосфера в торговом зале (в том числе чистота и аккуратная выкладка продуктов) — «Магнит» сосредоточился на ценах. Обеспечить баланс всех параметров — сложная управленческая задача, решить которую означает, по сути, задать новый стандарт розничной логистики и маркетинга. Как изменили свою работу в «Дикси», рассказал президент компании **Илья Якубсон**:

***— «Дикси» ушел из дискаунтеров в формат «магазин у дома». Что послужило причиной такого решения?***

— Все крупнейшие российские ритейлеры начинали как дискаунтеры. За модель брали немецкие сети Aldi и Lidl. В конце 1990-х капитала у наших ритейлеров не было, и жесткий дискаунтер казался самым приемлемым форматом с точки зрения порога вхождения в этот бизнес — инвестиции составляли от 30 до 50 тысяч долларов. Все оборудование завозилось из Европы, дешевое, и основным конкурентом сетей были рынки. Между собой сети практически не конкурировали. Со временем ситуация менялась, и мы пришли к выводу, что с точки зрения инвестиций мы уже не дискаунтер. «Дикси» — это полное соответствие европейским стандартам инфраструктуры: такое же оборудование для товаров со специальными условиями хранения, такое же IT-оборудование, такие же кондиционеры и так далее. Да, товар мы с европейцами продаем разный, но облик магазинов, я считаю, на одном уровне. По стоимости услуги, которую мы оказываем, это тоже не дискаунтер: такой отлаженной системы логистики, как на Западе, у наших поставщиков и в целом в отрасли нет, цепочка поставок намного дороже. Нет такого проникновения частных марок, как в Европе. По большому счету, мы не видим возможности быть полноценным жестким и даже мягким дискаунтером в России.

**— *В России продуктовые дискаунтеры невозможны?***

— С точки зрения технологии классический дискаунтер — это самое сложное, что может быть. Это очень сильно проработанный и оптимизированный бэк-офис, оптимизированный фронт-офис, великолепная логистика, очень сильные поставщики. Все вместе это высокий уровень развития рынка. Пройдет пять или десять лет, и, я уверен, здесь такой формат появится.

**— *Что изменилось в организации вашей работы?***

— Разница с дискаунтером очень большая по многим идеологическим вещам. Во-первых, цена уже отходит на второй план. Более важным становится качество продукции, насколько свежий товар ты доносишь до потребителя. Мы понимаем, что если магазин находится рядом с домом, то люди приходят туда два, три, четыре, а то и пять раз в неделю. Мы должны конкурировать в том, чего человек не может купить в гипермаркете на неделю или на две. Фрукты, овощи, охлажденные птицу, мясо и рыбу, молочную гастрономию мы считаем ключевыми категориями, формирующими наше конкурентное преимущество. Именно ежедневный ассортимент по справедливой цене привлекает покупателя среднего класса в магазин по соседству.

***— В чем особенность отношений с поставщиками у «магазинов у дома»?***

— Отношения с поставщиками сейчас принципиально другие. Чтобы свежий кусок мяса лежал на полке, должна сработать цепочка поставок: товар нужно обработать, привезти и продать. Мы решаем вместе, какая у товара должна быть упаковка, чтобы мы тратили меньше денег, выставляя его на полку. Поставщики просят на три месяца вперед план продаж, чтобы оптимизировать производственные мощности и снизить себестоимость, — мы это делаем. Только сопоставление качественных и количественных характеристик дает реальный эффект. Если роскошный кусок мяса будет стоить полторы тысячи рублей за килограмм, он не будет продаваться быстро. А если он быстро не продается, он уже не роскошный… Количество деталей, которые необходимо контролировать, — безумное. Вы себе не представляете, насколько сложен, например, процесс проведения маркетинговых акций.

***— В чем сложность?***

— Ты должен угадать спрос в каждом магазине. В каком-то из них неожиданно продается в два раза больше, чем планировали, в каком-то меньше. Что такое, например, непроданный товар? Закончился день Х — на это место должен встать уже другой товар. Если предыдущий товар не продался и стоит на полке, то новый на это место встать не может. Куда деть предыдущий? Дальше: со скидкой 30–40 процентов товар разлетается как горячие пирожки. Скидки нет — товар уже продается не паллетами, а штуками в день. И опять: куда его деть? Везти обратно на склад? Инвестиции в проработку концепции расчета потребности акционного товара очень велика. Во всем мире так. Мы этим год занимались и, я думаю, еще лет пять на это потратим.

***— И за счет чего вы возмещаете издержки, риски, касающиеся наличия и хранения свежих и охлажденных продуктов?***

— Для рыбных и мясных отделов супермаркетов используется самое современное торговое оборудование, которое позволяет сохранять свежесть продукта во время реализации. Но в первую очередь мы совершенствуем логистические процессы, чтобы сократить путь продукта от поставщика к покупателю. Транспортные издержки оптимизируются за счет увеличения загрузки самого транспорта, за счет контроля водителей и их индивидуальных графиков доставки. Понятно, что чем больше маршрутов, тем меньше простоев. Мы развозим товар и ночью. Все наши автомобили оборудованы GPRS-системами, которые передают информацию о маршрутах, остановках, скорости автомобилей. Есть и датчики уровня топлива в баке, и датчики температуры в кузове, информация с которых позволяет сформировать отчет об отклонениях. Оперативно получая все эти данные, можно более эффективно управлять издержками.

В распределительных центрах действуют отделы качества, там проверяют поставленный товар. Я раз в месяц получаю отчет по всем машинам с товаром, который был возвращен поставщику. От крупнейших производителей — гордости национальной экономики — по двадцать-тридцать, а иногда и по шестьдесят машин в месяц мы разворачиваем из-за того, что их товар не проходит по качеству. Приехала, например, машина с молоком, я замерил его температуру, а она на два градуса выше нормы. Потенциально это опасно. Восемьдесят фур за прошлый месяц я развернул. Не принимая товар, мы теряем очень много. Я теряю на том, что эта продукция не попала на полку. То есть фура, не проданная сегодня, завтра не продастся. Завтра продастся завтрашняя фура.

***— Почему все-таки на Западе формат «магазин у дома» существенно отличается по ассортименту, оборудованию, выкладке от вашего магазина?***

— Например, в магазинах Англии оборудование похожее, товар расставлен так же. Но мы живем в странах с принципиально разным спросом. В магазине Simply Food в центре Лондона безумное количество морепродуктов, тоже упакованных в газовой среде. Да, мы можем продавать отварные королевские креветки с соусом карри, но у нас на них спроса нет, а там есть — уровень дохода разный. Уверен, лет через пять мы будем на 60 процентов пересекаться по ассортименту.

**Вопросы для анализа кейса:**

1. Можно ли используя действующие методики ограничения товарных рынков утверждать, что компания Дикси занимает доминирующее положение на рынке?

2. Как изменились ценовые стратегии сети «Дикси» после смены формата?

3. Можно ли аргументированно утверждать, что компания получила конкурентные преимущества за счет новой ценовой стратегии?

4. Какие формы вертикальных контрактов использует сеть для работы со своими контрагентами?

5. Насколько легитимны эти контракты с позиций антимонопольного законодательства?

6. Можно ли утверждать, что сеть «Дикси» злоупотребляет своей рыночной властью?

2. *Разбор ситуационной задачи* заключается в изложении гипотетической ситуации, которая используется для анализа и обсуждения. Этот метод стимулирует дискуссии и обсуждения в группах, совместные поиски новых путей работы. Метод используется для обсуждения различных проблем, с которыми в типовой ситуации сталкиваются практически все профессионалы, развивает навыки коллективной работы над разрешением и преодолением трудностей.

Этапы процесса: описание конкретной ситуации, детальное ознакомление с ситуацией; формулирование проблемы, которую надо разрешить и вопросов для обсуждения, подготовка к обсуждению и поиск путей решения проблемы; изложение подготовленных предложений или вариантов ответов на вопросы; обсуждение предложенных вариантов решений; обобщение результатов занятий и подведение итогов.

**Пример ситуационной задачи: Снежный картель.**

ФАС раскрыла сговор на торгах по уборке снега в Москве на 322,6 млн руб.

Московское Управление ФАС России уличило в картельном сговоре участников шести аукционов, претендовавших на контракт по благоустройству районов Сокол и Аэропорт, включая уборку снега, сообщает пресс-служба антимонопольного органа.

Ранее Дирекция заказчика ЖКХ и благоустройства САО столицы провела три аукциона на общую сумму 322,6 млн руб. по комплексному содержанию и текущему ремонту дворовых территорий района Сокол, в том числе санитарного содержания и механизированной уборке снега.

УФАС выяснило, что участники аукционов ООО "Аквилон", ООО "Посейдонкомп", ООО "Макро-М" и ООО "Медик Холсейл" действовали в интересах друг друга, обменивались информацией, использовали единую инфраструктуру при подаче заявок, ценовых предложений и подписании контракта. В результате картельный сговор привел к поддержанию цен на торгах. Это позволило "Аквилону" выиграть все три аукциона со снижением цены от 1,5 до 3 % от начальной (максимальной) цены контракта.

Управление ФАС признало компании "Аквилон", "Посейдонкомп", "Макро-М" и "Медик Холсейл" нарушившими п. 2 ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции путем заключения устного картельного соглашения.

Одновременно были раскрыты картельные сговоры других участников трех аукционов по комплексному содержанию и текущему ремонту дворовых территорий района Аэропорт, включая санитарное содержание и механизированную уборку снега.

Как напоминает УФАС, за установление картельного сговора предусмотрена ответственность по ч. 1 ст. 14.32 КоАП РФ (заключение хозяйствующим субъектом недопустимого соглашения, а равно участие в нем или осуществление недопустимых согласованных действий), которая влечет наложение административного штрафа.

**Вопросы для анализа ситуации:**

1.Какие инструменты в рамках действующего законодательства позволяют выявить и доказать наличие картельного сговора?

2. Какие факторы указывают на наличие картельного сговора на торгах?

3. Существует ли возможность превентивного пресечения подобных договоренностей?

4. Есть ли у фирм законный способ избежать ответственности?

**6.2.4. Задание для выполнения исследовательского проекта**

Для исследования выбирается и согласовывается с преподавателем, ведущим семинарские занятия любой потребительский рынок. Рынок анализируется по Гарвардской парадигме с использованием антимонопольной методики по следующим этапам:

1. Общая характеристика продукта, границы рынка (все виды), классификация.

2. Базисные условия.

3. Структура (оценка индексов концентрации, характеристика структуры, барьеры).

4. Поведение (дается анализ основным стратегиям фирм).

5. Результативность (основные социально-экономические индикаторы)

6. Государственное регулирование (ссылки на конкретные меры и инструменты)

6. Прямые и обратные связи.

**6.2.5 Средства оценивания знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций**

**6.2.1. Задачи контрольной работы (примеры)**

**Задание 1. Интеграция**

Фирма «Волоколамск Петролиум» монопольно производит бензин с постоянными средними и предельными издержками 6000 руб. на 1 тонну. Далее она реализует бензин оптом единственной в городе заправочной станции фирмы «Голубцово-ойл Лтд» по оптовой цене. В свою очередь, «Голубцово-ойл Лтд», помимо платы за эти поставки, несет собственные операционные издержки в размере 5000 руб. на 1 тонну.

Функция спроса автолюбителей на бензин в сети заправочных станций «Голубцово-ойл Лтд» составляет Q = 33000 – Р.

1) Определите розничную и оптовую цены на бензин (в расчете на 1 тонну), количество проданного бензина в тоннах, прибыли обеих компаний, если фирмы действуют независимо. *(4 балла).* 2) Если обе фирмы решат объединиться в единую структуру, будет ли такая интеграция эффективной с точки зрения фирм, отрасли и потребителей? Доказать расчетным путем *(3 балла).* 3) Дайте графическую иллюстрацию ко всем пунктам задачи *(2 балла).*

**Задание 2. Квазимонополии и продуктовая дифференциация**

Два кафе предлагают клиентам один и тот же коктейль, состоящий из двух ингредиентов – сока и сиропа. Бар А ориентируется на сегмент с предпочтениями Ua= X0,3Y0,7, где Х – это количество сока в миллилитрах, Y- количество сиропа в миллилитрах; бар В ориентируется на сегмент с предпочтениями Uв= X0,8Y0,2. У каждого покупателя в кошельке 2000 руб., стоимость одного коктейля – 100 руб., объем каждого коктейля - 200 миллилитров, цена обоих ингредиентов (сока и сиропа) одинакова.

**1.** Найти:

а. полезности обоих сегментов покупателей (2 балла)

б.полезность в обоих барах для покупателя С с предпочтениями Uс= X0,4Y0,6 , какой бар он предпочтет? (2 балла)

в. его полезность в случае входа на рынок третьего бара (С), полностью ориентирующегося на его предпочтения (1 балл)

г. уровень цен в баре С, при которых каждый из конкурентов (А и В) покинет рынок (3 балла). Построить график к задаче в конкретных значениях (2 балла)

**2.** Установите связь между степенью продуктовой дифференциации (различиях в рецептуре коктейлей) и эффективностью ценовых инструментов (2 балла)

**Задание 3. Стратегическое взаимодействие компаний.**

На графике представлено взаимодействие доминирующей фирмы с конкурентным окружением. Отметьте на графике:

а) диапазон ценового зонтика;

б) уровень рыночной цены;

в) изменение потребительского благосостояния при наличии доминирующей фирмы.

****

**Задание 4. Барьеры входа**

На рынке со спросом Q = 500 – 2P действует монопольная фирма с издержками TC1 = 30q. **1.**Проведите анализ рыночных параметров (цен, объемов продаж), а также прибыли для четырех ситуаций:

а) монопольное положение *(1 балл)*

б) вход в отрасль второго оператора с издержками TC2 = 200 + 30q и отсутствие препятствий со стороны первого оператора. *(2 балла)*

в) попытка входа в отрасль второго оператора с издержками TC2 = 200 + 30q при неизменном монопольном выпуске первого. *(2 балла)*

г) установление блокирующей цены, делающей вход второго оператора нецелесообразным. *(2 балла)*

**2.** Какое решение (выбор) из б),в),г) вы посоветуете действующей фирме при угрозе входа конкурента? Ответ аргументируйте. *(2 балла)*

**3.** Представьте графическую интерпретацию всех ситуаций *(1 балл)*

**6.2.6. Тестовые задания контрольной работы (примеры)**

**Тест 1. Оптимизация рекламных бюджетов:**

Отношение эластичности продаж по рекламе к ценовой эластичности спроса на продукт составило 0,3. Доля рекламного бюджета в структуре валовой выручки фирмы 50%. Сформулируйте рекомендации фирме по оптимизации рекламных расходов:

а) увеличить рекламный бюджет;

б) снизить рекламный бюджет;

в) ничего не предпринимать (обоснуйте ответ);

д) недостаточно данных для анализа и выводов по рекламным бюджетам.

**Тест 2. Анализ стратегий диверсификации:**

В таблице приведены данные о распределении долей в общих продажах конгломерата по отраслям, где он функционирует:

|  |  |
| --- | --- |
| Отрасль | Доля в продажах |
| 1 | 5 |
| 2 | 35 |
| 3 | 15 |
| 4 | 25 |
| 5 | 20 |

Значение индекса Аттона в условиях равномерной диверсификации будет:

а) 7,5

б) 6,3

в) 5

г) 12

д) правильных ответов нет (докажите строго)

**Тест 3. Вертикальные контракты:**

При каких условиях согласно действующему в России законодательству компания может ограничивать своим контрагентам возможности по дальнейшей перепродаже товаров и выбору цены реализации:

а) в условиях ценовой дискриминации;

б) в условиях естественной монополии;

в) в условиях франчайзинга;

г) никаких ограничений в РФ по указанной ситуации нет;

д) компании запрещены любые ограничения своих контрагентов.

**6.2.7. Перечень вопросов к экзамену**

1. Формирование экономики отраслевых рынков как науки. Подходы к анализу отраслевых рынков.
2. Сущность Гарвардской парадигмы. Критика данного подхода к анализу рынка представителями других школ.
3. Определение рынка и отрасли. Границы рынка. Виды рынков.
4. Понятие структуры рынка. Факторы, определяющие рыночную структуру.
5. Характеристика основных рыночных структур.
6. Концентрация продавцов на рынке. Показатели концентрации. Кривые концентрации.
7. Кривая Лоренца. Коэффициент Джини.
8. Рыночная власть фирмы на отраслевом рынке и ее источники. Показатели рыночной власти.
9. Последствия реализации монопольной власти на отраслевом рынке. Оценка «мертвого груза» монополии.
10. Барьеры входа и выхода и структура отраслевого рынка.
11. Стратегические барьеры входа фирм на отраслевой рынок.
12. Модели ценообразования, ограничивающего вход на отраслевой рынок: модель Бэйна и модель Модильяни.
13. Виды нестратегических барьеров.
14. Показатели оценки барьеров входа-выхода фирм.
15. Понятие продуктовой дифференциации, ее виды. Экономическая природа брендов.
16. Измерение продуктовой дифференциации, показатели дифференциации.
17. Модель монополистической конкуренции Чемберлена.
18. Модель вертикальной продуктовой дифференциации Саттона.
19. Модели горизонтальной (пространственной) дифференциации продукта.
20. Модель «линейного города» Г. Хотеллинга.
21. Модель «города на окружности» С. Салопа.
22. Оптимальный уровень расходов на рекламу. Модель Дорфмана-Штайнера.
23. Модель горизонтальной дифференциации товара Ланкастера.
24. Характеристика олигополистического рынка.
25. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке олигополии. Классификация несогласованных моделей олигополии.
26. Количественные модели олигополистического взаимодействия. Модель Курно и модель Штакельберга.
27. Ценовые модели олигополистического взаимодействия.
28. Модель Бертрана с однородным продуктом.
29. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом.
30. Модель Эджворта.
31. Характеристика рынка доминирующей фирмы.
32. Модель рынка доминирующей фирмы с закрытым и открытым входом на примере модели Форхаймера.
33. Картель как форма согласованного взаимодействия фирм на отраслевом рынке. Механизм формирования картеля.
34. Причины нестабильности картельных соглашений. Факторы, обеспечивающие устойчивость картельных соглашений.
35. Модель неполного картеля.
36. Методы предотвращения нарушения картельного соглашения. Стратегия «курка».
37. Экономическая природа естественной монополии.
38. Естественная монополия при растущем эффекте масштаба производства и при ограниченном спросе.
39. Методы государственного регулирования естественной монополии.
40. Проблемы реформирования отраслей естественной монополии в России и странах с рыночной экономикой.
41. Природа, цели и условия осуществления ценовой дискриминации.
42. Виды ценовой дискриминации.
43. Последствия применения ценовой дискриминации для общественного благосостояния.
44. Интеграционные процессы на отраслевом рынке и формы их проявления.
45. Мотивы к формированию вертикально интегрированных структур.
46. Вертикальная интеграция, ее последствия. Эффект «двойной маржинализации».
47. Виды вертикальных ограничений и их последствия.
48. Процессы дезинтеграции. Аутсорсинг.
49. Стратегия диверсификации производства. Измерение уровня диверсификации.
50. Новые тенденции в развитии интеграционных процессов. Деятельность сетевых структур и кластеров
51. Стратегия расширения масштабов бизнеса: поглощения, слияния фирм.
52. Мотивы слияний и поглощений. Современные тенденции в практике слияний и поглощений фирм.
53. Необходимость промышленной (отраслевой) политики государства. «Провалы» рынка.
54. Промышленная политика государства в зарубежных странах. Конфликты между промышленной политикой и политикой поддержки конкуренции.
55. Задачи государственной промышленной политики в России.
56. Цели и методы государственной антимонопольной политики.
57. Антимонопольная политика в зарубежных странах (США, страны ЕС, Япония).
58. Антимонопольная политика в России.
59. Результативность отраслевых рынков: подходы к исследованию.
60. Результативность функционирования рыночных структур. Экономические и социальные последствия монополизации отраслевого рынка. Х-неэффективность и Х-эффективность монополии.

**6.2.8. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания**

К основным формам контроля, определяющим процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Экономика отраслевых рынков» относится:

1) текущий контроль, (выполнение различных форм домашних заданий, выполнение заданий по выбору студента – реферат, доклад-презентация по результатам исследовательского проекта),

2) промежуточный контроль в форме трех контрольных работ,

3) итоговый контроль в форме письменного экзамена по дисциплине.

Критериями и показателями оценивания компетенций на различных этапах формирования компетенций являются:

- знание терминов, категорий и концепций по дисциплине;

- знание принципов и моделей анализа

- понимание функциональных связей между явлениями и процессами;

- умение аналитических способностей в процессе изучения дисциплины;

- умение применять инструменты для решения стандартных задач

- владение навыками исследования процессов на товарных рынках.

***Критерии формирования оценки на экзамене (итоговый контроль)***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оценка | Баллы | Критерии |
| **отлично** | **50-65** | *выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений* |
| *выставляется студенту, который* дал ответы на все вопросы экзаменационного билета |
| **хорошо** | **35-49** | *выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;* |
| *выставляется студенту, который* дал полный ответ на два вопроса экзаменационного билета |
| **удовлетворительно** | **25-34** | *выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;* |
| *выставляется студенту, который* дал полный ответ на один из вопросов экзаменационного билета |
| **неудовлетворительно** | **Менее 25** | *выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.* |
| *выставляется студенту, который н*е дал полного ответа ни на один из вопросов экзаменационного билета |

**7.** **Форма проведения самостоятельной работы и текущего контроля успеваемости**

Самостоятельная работа студентов по дисциплине Экономика отраслевых рынков обеспечена ежегодно обновляемыми учебно-методическими материалами, содержащими вопросы для изучения по каждой из тем курса, а также перечень основной и дополнительной литературы с указанием конкретных разделов, глав, параграфов.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование****тем****дисциплины** | **Форма самостоятельной работы** | **Форма текущего****контроля** |
| **Обязательная** | **По выбору студента** |
| Введение в предмет | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений. |  | Консультация по организации курса, моделям оценки, требованиям к выполнению индивидуальных заданий |
| Отраслевой рынок, его структура и границы | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений. | Подготовка доклада и презентаций | Проверка и оценка домашнего задания; консультация по домашнему заданию и пройденному материалу. |
| Поведение фирмы на современном рынке | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений. Анализ кейсов и разбор ситуационных задач | Написание реферата | Проверка и оценка домашнего задания; консультация по домашнему заданию и материалу, пройденному на лекциях и семинарах. |
| Концентрация и рыночная власть компаний | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений. | Подготовка доклада | Проверка и оценка домашнего задания; консультация по домашнему заданию и материалу, пройденному на лекциях и семинарах. |
| Исследование барьеров входа-выхода на отраслевом рынке | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений. | Подготовка докладаВыполнение исследовательского проекта | Проверка и оценка домашнего задания; консультация по домашнему заданию и материалу, пройденному на лекциях и семинарах. |
| Стратегическое взаимодействие компаний | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений. | Написание рефератаВыполнение исследовательского проекта | Проверка и оценка домашнего задания; консультация по домашнему заданию  |
| Квазимонопольное поведение компаний на отраслевом рынке | Повторение, подготовка к контрольной работе. |  | Разбор контрольной работы. Работа над ошибками. |
| Рынок естественной монополии | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений. |  | Проверка и оценка домашнего задания; консультация по домашнему заданию  |
| Ценовая конкуренция и ценовые стратегии операторов | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений. | Подготовка доклада | Проверка и оценка домашнего задания; консультация по домашнему заданию и пройденному материалу |
| Информация и рынок | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений.Анализ кейс-стади | Подготовка доклада | Проверка и оценка домашнего задания; консультация по домашнему заданию и материалу, пройденному на лекциях и семинарах.Разбор кейса |
| Инновационная активностьи рыночная структура  | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений. | Написание реферата | Проверка и оценка домашнего задания; консультация по домашнему заданию и пройденному материалу |
| Роль государства в развитии отраслевых рынков | Изучение темы (по учебнику и лекции), решение тестов, задач, упражнений. | Подготовка доклада | Проверка и оценка домашнего задания; консультация по домашнему заданию и материалу, пройденному на лекциях и семинарах. |

Для успешного обучения по курсу «Экономика отраслевых рынков» студент должен готовиться к аудиторным занятиям, поскольку они выступают важнейшей формой организации учебного процесса, в частности: знакомят с новым учебным материалом; разъясняют учебные элементы, трудные для понимания; систематизируют учебный материал; ориентируют в учебном процессе.

*Подготовка к лекции* должна заключаться в следующем:

-внимательном изучении материалов предыдущей лекции;

-выяснении темы предстоящей лекции (по календарно-тематическому плану, по информации лектора);

-ознакомлении с учебным материалом по учебной литературе и презентациям;

-фиксации вопросов, адресованных лектору на предстоящей лекции.

*Подготовка к семинарским занятиям* заключается в*:*

внимательном прочтении материалов лекций,

ответах на контрольные вопросы по семинарским занятиям;

*Подготовка к экзамену.* К экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период экзаменационной сессии в полном объеме приводят, зачастую, к не удовлетворительным результатам. Поэтому, в начале учебного курса следует познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

программой дисциплины;

перечнем знаний и умений и навыков, которыми студент должен владеть;

календарно-тематическими планами лекций, семинарских занятий;

контрольными мероприятиями;

учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;

перечнем экзаменационных вопросов.

**8. Образовательные технологии**

В соответствии с характером дисциплины Экономика отраслевых рынков основными видами аудиторной учебной работы являются активные формы проведения занятий – лекции и семинарские занятия. Учебной программой предусмотрены индивидуальные консультации и самостоятельная работа в компьютерных аудиториях с различными базами данных.

В процессе изучения курса предполагается активное вовлечение студентов в образовательный процесс путем формирования ими в обучающей сре­де под контролем преподавателя ряда учебных материалов иллюстративного, обучающего и контрольного характера. Наличие тестов, презентаций, видеоматериалов учебного, науч­ного и новостного направлений позволит активизировать творческий потенциал студенческой аудитории. Использование в учебном процес­се данных, приводимых на сайтах отечественных и международных статистических агентств, рейтинговых компаний, в научной периоди­ке, позволит объективизировать субъективные оценки и суждения, высказываемые в процессе познания предметной области. Предусматривается широкое использование в учебном процессе дискуссий и ситуационного анализа.

Также возможна организация встреч с представителя­ми государственных и частных организаций, экспертами и специалиста­ми.

В соответствии с требованиями ФГОС по направлению «Экономика» интерактивные формы занятий составят не менее 30% аудиторных занятий.

**9. Балльная система оценки знаний**

В соответствии с положением о балльно-рейтинговой системой оценки знаний, максимальная сумма баллов за курс, соответствующая 5 кредитам, составляет 250 баллов, которые складываются из следующих компонентов:

***Текущая успеваемость – 185 баллов, в том числе:***

Семинарские занятия – 45 баллов (по 0,5 балла за изучение материала и по 1 баллу за активность на семинаре)

Обязательная самостоятельная работа – 30 баллов (3 письменные домашние работы, состоящие из кейсов и ситуационных задач: 10+10+10 баллов)

Задания для самостоятельной работы по выбору студента:

выполнение эссе – 10 баллов;

выполнение исследовательского проекта – 20 баллов;

Контрольные работы – 90 баллов (3 письменные работы по 30 баллов каждая)

***Итоговый контроль: Экзамен – 65 баллов***

**Критерии формирования итоговой оценки:**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид работ |  | Семинарские занятия | Выполнение домашних заданий | Контрольные работы | Проект или эссе | Экзамен |
| Максимальное количество баллов по виду работ |  | 45 | 30 | 90 | 10-20 | 65 |
| Отлично | 212,5 и более баллов |
| Хорошо | от 162,5 до 212 баллов |
| Удовлетворительно | от 100 до 162 баллов |
| Неудовлетворительно | менее 100 баллов |

**10. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Материально-техническое обеспечение дисциплины Экономика отраслевых рынков предполагает использование для чтения лекций специализированных аудиторий, оснащенных компьютером и LCD-проектором или интерактивной доской.

Необходимым требованием также является наличие в абонементном отеле библиотеки достаточного количества учебников, обязательных для изучения курса.

Все преподаватели, читающие курс, и студенты должны иметь доступ к сети Интернет и порталу онлайн-курсов Экономического факультета МГУ (http://on.econ.msu.ru).

1. Формулировки образовательного стандарта (ФГОС). Конкретное содержание навыков и умений в разрезе содержания курса представлено в табл. 4.2. [↑](#footnote-ref-1)