

<b>АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ</b>			
Шифр, наименование дисциплины (модуля)	<b>Б3.Б.10</b>	<b>Теория отраслевых рынков</b>	
Направление подготовки/специализация	38.03.01 Экономика		
профиль/магистерская программа	Экономика предприятий и организаций		
Квалификация (степень) выпускника	академический бакалавр		
Формы обучения	очная		
Трудоемкость дисциплины (модуля)	3 з.е.		
Цель освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины является развитие и углубление навыков экономического анализа и оценки поведения фирмы в условиях разных типов рыночных структур и отраслевой политики государства.		
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	<ul style="list-style-type: none"> <li>- владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);</li> <li>- способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем (ОК-4);</li> <li>- умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);</li> <li>- способен понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-12);</li> <li>- способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1);</li> <li>- способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-2);</li> <li>- способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач (ПК-4);</li> <li>- способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы (ПК-5);</li> <li>- способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (ПК-6);</li> <li>- способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (ПК-13).</li> </ul>		

<p>Содержание дисциплины</p>	<p><b>Введение в экономику отраслевых рынков.</b> Предмет и объект анализа теории отраслевых рынков. Место теории отраслевых рынков в системе экономических дисциплин. Цель и подходы к исследованию товарных рынков. Субъекты отраслевого рынка. Основные представители, идеи, школы. Роль экономической теории отраслевых рынков для выработки стратегии и тактики поведения фирм в различных рыночных структурах, регулирования отраслевого поведения фирм, выработки оптимальной промышленной и отраслевой политики.</p> <p><b>Структура отраслевых рынков.</b> Отраслевые рынки, их структура. Подходы к определению границ отраслевого рынка. Классификации отраслевых рынков. Уровень концентрации на отраслевых рынках. Оценка концентрации на отраслевом рынке продавцов и покупателей.</p> <p><b>Дифференциация продукта.</b> Сущность дифференциации продукта. Показатели измерения степени дифференциации продукта на отраслевом рынке.</p> <p>Дифференциация продукта и градация отраслевых рынков.</p> <p>Дифференциация продукта в условиях монополистической конкуренции. Модели Чемберлина, Диксита-Стиглица, Бертрана.</p> <p>Вертикальная дифференциация продукта. Модель вертикальной дифференциации продукта.</p> <p>Горизонтальная дифференциация продукта.</p> <p>Модели пространственной дифференциации: модель «линейного города» Хотеллинга, модель «кругового города» Салопа.</p> <p>Модель дифференциации продукта Ланкастера.</p> <p><b>Барьеры входа-выхода фирм на отраслевой рынок.</b> Барьеры входа на отраслевой рынок, подходы к их определению. Классификация рынков по уровню входных барьеров. Нестратегические барьеры входа фирм на рынок. Стратегические барьеры входа-выхода фирм на рынок. Масштаб фирмы как барьер входа. Барьеры выхода фирм с рынка. Статистические характеристики входа-выхода фирм на рынок.</p> <p><b>Фирма на отраслевом рынке.</b> Признаки фирмы как субъекта рынка. Альтернативные цели фирмы и агентов внутри фирмы. Подходы к анализу природы фирмы. Стратегический подход к анализу природы фирмы. Концентрация производителей и эффект масштаба.</p> <p>Активная фирма на отраслевом рынке. Рыночная власть фирмы и ее показатели.</p> <p>Стратегия расширения масштабов бизнеса: поглощения и слияния фирм. Мотивы и выгоды от слияний фирм. Основные виды слияний и поглощений. Аллокативные поглощения. Управленческие поглощения. Стяжательские поглощения. Условия, ограничивающие слияния и поглощения.</p> <p><b>Вертикально интегрированные структуры на отраслевых рынках.</b> Интеграционные процессы на отраслевых рынках. Виды интеграции: горизонтальная, вертикальная, универсальная. Сущность вертикальной интеграции. Побудительные мотивы фирм к вертикальной интеграции. Типы вертикальных ограничений. Следствия вертикальной интеграции.</p> <p><b>Характеристика основных отраслевых рыночных структур.</b> Монополия на отраслевом рынке. Особенности рынка с естественной монополией. Ценообразование на рынке естественной монополии. Некооперативные модели стратегического взаимодействия фирм на отраслевом рынке. Модели Курно, Бертрана, Эджворта. Характеристика доминирующей фирмы. Модели доминирующей фирмы Штакельберга и Форхаймера.</p> <p>Кооперативные модели. Стратегия сговора на рынке – картель.</p> <p><b>Дискриминационное ценообразование на отраслевых рынках.</b> Экономическая суть ценовой дискриминации. Условия использования</p>
------------------------------	--

	<p>ценовой дискриминации. Три степени ценовой дискриминации. Воздействие ценовой дискриминации на экономические процессы.</p> <p><b>Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков.</b> Причины ограниченности информации. Ограниченность информации о качестве товара. Модель Дж. Акерлофа: рынок «лимонов». Ограниченность информации о цене товара. Модель «ловушка для туристов».</p> <p>Теория сигналов и информационная роль рекламы.</p> <p><b>Исследования, разработки, инновации и структура рынка.</b> Инновации на конкурентном рынке. Рыночные структуры и инновации. Стимулы к инновации. Модель инновационного рынка. Статические модели инноваций. Динамические модели инноваций.</p> <p><b>Государственное регулирование функционирования отраслевых рынков.</b> Государственная политика относительно несостоятельных рынков. Регулирование функционирования отраслевого рынка. Формы регулирования естественных монополий. Дерегулирование отраслевых рынков.</p> <p>Государственная антимонопольная политика. Государственная политика в отношении монопольных структур, слияния и поглощения фирм, а также относительно соглашений о фиксировании цен и ценовой дискриминации. Структура и основные направления конкурентной политики России.</p> <p><b>Результативность отраслевых рынков и функционирования отраслевых структур.</b> Результативность функционирования отраслевого рынка. Система факторов, определяющих результативность отраслевого рынка. Существующие подходы к оценке результативности рынка. Многоуровневый подход к оценке функционирования рынка. Влияние результативности рынков на экономический рост.</p> <p>Результативность деятельности фирм в национальной экономике. Результативность деятельности монополии.</p> <p>X-эффективность. X-неэффективность. Результативность функционирования естественных монополий.</p>
Перечень основной литературы	<p>В.М.Джуха, А.В. Курицын, И.С. Штапова «Экономика отраслевых рынков». Учебное пособие. – М: КНОРУС, 2012.- 288с. – (для бакалавров).</p> <p>Н.М. Розанова «Экономика отраслевых рынков» Учебное пособие для бакалавров. М.: Издательство Юрайт, 2013.</p> <p>Л.В.Рой, В.П.Третьяк «Анализ отраслевых рынков». Учебник. М., ИНФРА-М, 2010.</p>