

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА (МИИТ)»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор РОАТ



В.И. Апатцев

29 мая 2018 г.



Кафедра «Экономика, финансы и управление на транспорте»

Автор Бражникова Светлана Владиславовна, к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Теория отраслевых рынков»

Направление подготовки:	<u>38.03.01 – Экономика</u>
Профиль:	<u>Финансы и кредит</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>заочная</u>
Год начала подготовки	<u>2018</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 2 22 мая 2018 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">С.Н. Климов</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p>Протокол № 16 15 мая 2018 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">Л.В. Шкурина</p>
---	--

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Теория отраслевых рынков» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 "Экономика", а также:

- формирование у студентов теоретических основ экономических зависимостей при взаимодействии субъектов отраслевых рынков;
- приобретение теоретико-практических навыков анализа функционирования рыночных структур отраслей;
- формирование способности обрабатывать аналитическую информацию для оценки экономической эффективности взаимодействия участников отраслевых рынков.

В результате изучения данной дисциплины студент должен иметь ясное представление о теоретических основах функционирования отраслевых рынков, владеть категориальным аппаратом в данной области.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Теория отраслевых рынков" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-3	способностью выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами
ПК-4	способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

2 зачетные единицы (72 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Образовательные технологии, используемые при обучении по дисциплине, направлены на реализацию компетентностного подхода и широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. При выборе образовательных технологий традиционно используется: 1. лекционно-семинарская зачетная система: проведение лекций, практических занятий, прием экзамена; 3. информационно-коммуникационные технологии: представление докладов и презентации; 4. система инновационной оценки «портфолио» - создание портфолио студентов в сети Интернет..

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Раздел 1. Предмет и методология организации теории отраслевых рынков. Фирма в теории

отраслевых рынков

Экономика отраслевых рынков как наука, предмет и объект теории отраслевых рынков. Современные направления в теории отраслевых рынков. Гарвардская и Чикагская школы, методологические отличия. Экономическая теория фирмы. Классификация фирм. Поведение фирм в рыночной среде. Определение рынка и отрасли. Границы рынка. Методы определения границ рынка. Понятие структуры рынка. Факторы, определяющие структуру рынка.

РАЗДЕЛ 1

Раздел 1. Предмет и методология организации теории отраслевых рынков. Фирма в теории отраслевых рынков
опрос

РАЗДЕЛ 2

Раздел 2. Барьеры входа-выхода на отраслевом рынке

Определение барьеров входа-выхода на рынок. Нестратегические барьеры. Стратегические барьеры. Методы ценообразования, ограничивающие вход. Эффективность политики создания отраслевых барьеров. Барьеры входа на квазиконкурентных рынках. Исследование отраслевых барьеров входа-выхода, показатели их оценки.

РАЗДЕЛ 2

Раздел 2. Барьеры входа-выхода на отраслевом рынке
опрос, доклады

РАЗДЕЛ 3

Раздел 3. Конкуренция. Монополия. Показатели рыночной власти.

Понятие конкуренции и работающей конкуренции. Критерии работающей конкуренции. Монополия на отраслевых рынках. Квазиконкурентные и квазимонопольные рынки. Показатели рыночной власти. Коэффициент Бэйна (норма экономической прибыли). Индекс Лернера. Коэффициент Тобина. Коэффициент Папандеу. Экономические последствия рыночной власти фирмы. Естественные монополии. Проблемы монополизма в российской экономике.

РАЗДЕЛ 3

Раздел 3. Конкуренция. Монополия. Показатели рыночной власти.
опрос, решение ситуационных задач

РАЗДЕЛ 4

Раздел 4. Дифференциация продукта на отраслевом рынке

Сущность и виды дифференциации продукта. Вертикальная и горизонтальная продуктовые дифференциации. Поведение фирмы на рынке монополистической конкуренции. Модели пространственной продуктовой дифференциации. Дифференциация продукта и рыночная власть фирмы. Модель горизонтальной дифференциации продукта Ланкастера. Вертикальная дифференциация продукта. Модель Саттона. Реклама как фактор дифференциации продукта.

РАЗДЕЛ 4

Раздел 4. Дифференциация продукта на отраслевом рынке
опрос

РАЗДЕЛ 5

Раздел 5. Процессы интеграции на отраслевом рынке. Вертикальная интеграция. Вертикальные ограничения.

Понятие вертикальной интеграции и вертикальных ограничений. Виды вертикальных ограничений: нелинейные цены, поддержание максимальной / минимальной цены, количественное фиксирование объема товара, система «исключительной территории», ограничение числа дистрибьюторов, совместное финансирование усилий по продвижению товара, связанные продажи. Оценка последствий вертикальной интеграции для экономики: изменение эффективности функционирования, технологические изменения, вертикальный внешний эффект, горизонтальный внешний эффект. Новые явления в развитии интеграционных процессов: деятельность сетевых структур и кластеров. Стратегия диверсификации производства. Измерение уровня диверсификации. Стратегия расширения масштабов бизнеса: поглощения и слияния фирм. Процессы дезинтеграции. Аутсорсинг.

РАЗДЕЛ 5

Раздел 5. Процессы интеграции на отраслевом рынке. Вертикальная интеграция. Вертикальные ограничения.
опрос

РАЗДЕЛ 6

Раздел 6. Стратегическое взаимодействие фирм

Классификация стратегического взаимодействия фирм. Модель Курно. Парадокс Бертрана. Ценовая конкуренция в бесконечно повторяющихся играх. Модель Эджворта. Совершенное в подыграх равновесие и «народная теорема». Ценовая конкуренция и ограниченные мощности. Модель Крепса-Шейнкмана выбора мощностей и ценовой конкуренции: оправдание модели Курно. Отраслевые лидеры. Поведение доминирующей фирмы с конкурентным окружением. Модель Штакельберга. Модель Форхаймера. Экономическая теория явного и молчаливого сговора. Картель. Факторы, воздействующие на стимулы к сговору. Сговор и ценовая война. Проблемы конкурентной политики в отношении сговора.

РАЗДЕЛ 6

Раздел 6. Стратегическое взаимодействие фирм
опрос

РАЗДЕЛ 7

Раздел 7. Ценовая дискриминация

Понятие, цели и условия эффективного осуществления ценовой дискриминации. Виды ценовой дискриминации. Практика ценовой дискриминации. Межвременная дискриминация. Парадокс Коуза. Последствия применения ценовой дискриминации для общественного благосостояния.

РАЗДЕЛ 7

Раздел 7. Ценовая дискриминация
опрос

РАЗДЕЛ 8

Раздел 8. Инновации на отраслевых рынках. Патенты и патентная защита.

Структура рынка и спрос на инновации. Шумпетерианский подход к монополии и спросу на инновации. Величина расходов на инновации продавца на конкурентном рынке и монополиста при отсутствии угрозы входа. Расходы на инновации укоренившегося продавца и потенциального новичка. Кооперативные и некооперативные исследования и инновации: сравнительная эффективность. Внешние эффекты инноваций. Государственная политика в отношении соглашений об инновациях. Патенты и патентная защита. Оптимальная длительность патента. Длительность и охват патентной защиты: проблема компромисса.

РАЗДЕЛ 8

Раздел 8. Инновации на отраслевых рынках. Патенты и патентная защита.
опрос

РАЗДЕЛ 9

Раздел 9. Информационные ограничения в функционировании отраслевых рынков

Причины ограниченности информации. Ограниченность информации о качестве товара. Рынок «лимонов» Акерлофа. Ограниченность информации о цене товара. Модель «ловушка для туриста». Рыночные сигналы и информационная роль рекламы.

РАЗДЕЛ 9

Раздел 9. Информационные ограничения в функционировании отраслевых рынков
опрос

РАЗДЕЛ 10

Раздел 10. Монополии. Антимонопольная политика государства.

Естественная монополия: понятие, необходимые и достаточные условия наличия естественной монополии. Регулирование отраслей естественной монополии. Цели и предпосылки регулирования естественных монополий. Издержки регулирования. Воздействие регулирования на стимулы и издержки регулируемых компаний. Регулирование нормы доходности и эффект Аверча-Джонсона. Результативность рыночных структур. Социальные и экономические последствия деятельности монополий. X-эффективность и X-неэффективность монополии. Подходы к оценке потерь общественного благосостояния от монопольной власти. Влияние результативности рынков на экономический рост. Теоретические основы государственной антимонопольной политики. Цели и методы государственной антимонопольной политики. Проблемы ее эффективной реализации. Антимонопольная политика в зарубежных странах (США, страны ЕС, Япония). Эволюция антимонопольной политики в России.

РАЗДЕЛ 10

Раздел 10. Монополии. Антимонопольная политика государства.
опрос

РАЗДЕЛ 11

Раздел 11. Государственная отраслевая политика

Политика государства по созданию эффективной структуры отраслевых рынков: сущность, цели, задачи. Типы отраслевой политики по используемым методам (пассивная, активная), по выдвинутым целям (защитная, наступательная) и их сочетание. Основные направления государственной отраслевой политики.

РАЗДЕЛ 11

Раздел 11. Государственная отраслевая политика

опрос

Экзамен

Экзамен

Экзамен

Экзамен