

# Автономная некоммерческая организация высшего образования

«Российский новый университет» (АНО ВО «РосНОУ»)

Сертификат: 03561B9E0021AE10B9437ECBCB4C7F21AC

Владелец: "АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»"; АН

Действителен: с 18.01.2022 по 25.02.2023

Таганрогский филиал



Руденко М.Ю.

« 23 » января 2018 г.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

(наименование учебной дисциплины)

Уровень образовательной программы      бакалавриат

Код и направление подготовки      38.03.01 Экономика

Профиль(и)      Финансы и кредит

Форма обучения      заочная

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании  
кафедры экономики, финансов и менеджмента  
Таганрогского филиала АНО ВО «РосНОУ» «23» января  
2018, протокол №5

Программа обновлена, обновления утверждены на  
заседании кафедры экономики, финансов и менеджмента  
Таганрогского филиала АНО ВО «РосНОУ» «01» сентября  
2018, протокол №1

Таганрог

2018 г.

## **1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебная дисциплина «Теория отраслевых рынков» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Финансы и кредит» по направлению подготовки 38.03.01 - «Экономика» (уровень бакалавриат), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12.11.2015 №1327 ФГОС ВО (3+).

Основная цель изучения учебной дисциплины состоит в том, чтобы дать обучающимся систематизированные знания по актуальным теоретическим и практическим проблемам формирования и функционирования рыночных структур, поведению субъектов рынка, реализации государственной отраслевой и промышленной политики, а также выработать целостное представление о закономерностях развития отраслевого рынка.

Задачи дисциплины:

- раскрыть цели и задачи развития отраслевого рынка;
- определить роль и значение теории отраслевых рынков;
- рассмотреть проблемы формирования и функционирования рыночных структур;
- изучить закономерности развития отраслевого рынка.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности определенных профессиональным стандартом «Специалист по финансовому консультированию», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 марта 2015 г. N 167н.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Учебная дисциплина Теория отраслевых рынков относится к вариативной и изучается на 4 курсе.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Учебная дисциплина «Теория отраслевых рынков» относится к вариативной части, изучается студентами по заочной форме обучения 2 сессия 3 курса и 1 сессия 4 курса.

Освоению учебной дисциплины предшествует изучение учебных дисциплин Микроэкономика, Макроэкономика, Корпоративное финансовое планирование и бюджетирование, Инвестиции, Финансы, Финансовый контроль, Финансовые рынки и институты.

Параллельно с указанной дисциплиной изучаются: Финансовая политика компании, Экономика фирмы, Финансовый менеджмент, Рынок ценных бумаг, Оценка стоимости бизнеса, Международные валютно - кредитные отношения, Планирование и прогнозирование экономики.

2.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «Теория отраслевых рынков» являются базой для прохождения обучающимися производственной практики и преддипломной, а также для изучения учебных дисциплин как: Кредитная политика компании, МСФО, Финансовый анализ предприятия.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

## **3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен овладеть:

*- Способностью участвовать в мероприятиях по организации и проведению финансового контроля в секторе государственного и муниципального управления, принимать меры по реализации выявленных отклонений (ПК-23)*

**Планируемые результаты обучения по дисциплине**

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения	Код результата обучения
<b>Способностью участвовать в мероприятиях по организации и проведению финансового контроля в секторе государственного и муниципального управления, принимать меры по реализации выявленных отклонений (ПК-23)</b>	<b><u>Знать:</u></b>	
	– методы и приемы организации и проведения финансового контроля в секторе государственного и муниципального управления;	ПК-23-31
	– контроль своевременности и полноты устранения проверяемыми организациями и (или) их вышестоящими органами нарушений законодательства;	ПК-23-32
	–методы и приемы решения поставленных профессиональных задач;	ПК-23-33
	–основание для проведения проверки финансово-хозяйственной деятельности учреждения;	ПК-23-34
	–методы и приемы реализации выявленных	ПК-23-35
	<b><u>Уметь:</u></b>	
	–критически оценивать с разных сторон тенденции развития объектов в сфере профессиональной деятельности;	ПК-23-У1
	- участвовать в мероприятиях по организации и проведению финансового контроля в секторе государственного и муниципального управления;	ПК-23-У2
	– принимать меры по реализации выявленных отклонений;	ПК-23-У3
	– разрабатывать и обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений;	ПК-23-У4
	-координировать свою деятельность с органами финансового контроля в секторе государственного и муниципального управления;	ПК-23-У5
	<b><u>Владеть:</u></b>	
	–приемами проверки с разных сторон тенденций развития объектов в сфере профессиональной деятельности;	ПК-23-В1
	–анализом финансовой деятельности контролируемого объекта;	ПК-23-В2
	–приемами проведения финансового контроля в секторе государственного и муниципального управления	ПК-23-В3
	–приемами проведения проверки – контрольных действий по документальному и фактическому изучению законности финансовых и хозяйственных операций;	ПК-23-В4
	–приемами контроля за своевременным и полным устранением выявленных нарушений и недостатков	ПК-23-В5

**4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ**

**КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы (180 часа).

№	Семестр	Общая трудоёмкость		В том числе контактная работа с преподавателем						Контроль	Сам. работа	Форма промежуточной аттестации
		В з.е.	В часах	всего	Л	Сем	КРП	Конс	Э			
1	4	5	180	16	8	4	1,6	2	0,4	6,6	157,4	Экзамен

**Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий  
заочная форма обучения**

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем						Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Л	Сем	КоР	Конс	Э		
Предмет курса «Экономика отраслевых рынков»										
1.	Предмет курса «Экономика отраслевых рынков»	17	1	1					16	
Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению										
2.	Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению	17,5	1,5	1	0,5				16	
Обобщенные рыночные структуры										
3.	Обобщенные рыночные структуры	17,5	1,5	1	0,5				16	
Монопольная власть										
4.	Монопольная власть	17,5	1,5	1	0,5				16	
Олигополистические рынки однородных продуктов. Рынки неоднородных продуктов										
5.	Олигополистические рынки однородных продуктов. Рынки неоднородных продуктов	17,5	1,5	1	0,5				16	
Концентрация, барьеры входа в отрасль, слияния и поглощения										
6.	Концентрация, барьеры входа в отрасль, слияния и поглощения	17	1	0,5	0,5				16	
Научно - исследовательские и опытно- конструкторские разработки. Ценовая политика										
7.	Научно - исследовательские и опытно- конструкторские разработки. Ценовая политика	17,5	1,5	1	0,5				16	
Воздействие рекламы на рынок										
8.	Воздействие рекламы на рынок	15,5	0,5	0,5					15	
Проблема асимметрии информации о качестве продукции										

9.	Проблема асимметрии информации о качестве продукции	16	1	0,5	0,5				15	
Государственная отраслевая политика										
10.	Государственная отраслевая политика	16,4	1	0,5	0,5				15,4	
Промежуточная аттестация (зачет)										
11.	Промежуточная аттестация (зачет)	4	4			1,6	2	0,4		

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

### Тема 1. Предмет курса «Экономика отраслевых рынков» .

Становление и этапы развития теории отраслевых организаций. Методология исследования рыночных структур.

### Тема 2. Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению .

Фирма. Современные концепции фирмы: технологический, контрактный и стратегический подход. Рынок. Классификация рынков, идентификация границ. Отрасль. Классификация отраслей, структура отрасли. Отраслевой рынок. Показатели размера фирмы.

### Тема 3. Обобщенные рыночные структуры .

Классификация рыночных структур. Совершенная конкуренция. Рыночная структура и ее основные черты. Влияние отдачи от масштаба на равновесие. Ценообразование на уровне предельных затрат и его влияние на общественное благосостояние. Монополия. Виды монополий. X-неэффективность монополии. Общественные издержки существования монополии.

### Тема 4. Монопольная власть .

1. Монопольная власть. Определение, проявления, нормальная и экономическая прибыль.
2. Показатели монопольной власти. Коэффициент Бэйна (норма экономической прибыли). Коэффициент (индекс) Лернера. Коэффициент Тобина ( $q$  – Тобина). Коэффициент Папандреу.

### Тема 5. Олигополистические рынки однородных продуктов. Рынки неоднородных продуктов .

Модель Курно. Конкуренция в объеме выпуска. Функции лучшей реакции. Равновесие в модели. Модель для двух и  $N$  участников. Влияние числа фирм на благосостояние. Модель с неоднородными фирмами. Модель лидера-ведомого Штакельберга. Преимущество первого хода и равновесие. Воздействие на благосостояние. Модель Бертрана. Ценовая конкуренция. Существование равновесия. Влияние производственных ограничений, циклы Эджворта. Условия ценообразования выше предельных затрат. Модель доминирующей фирмы Форхаймера. Условия реализации доминирования. Статическое и динамическое ценообразование. Модель «самоубийственного ценообразования» доминирующей фирмы. Сравнительный анализ моделей. Влияние ограниченности производственных мощностей. Возможность и устойчивость сговора. Динамические стратегии.

Рынки неоднородных продуктов. Дифференциация продукта. Вертикальная и горизонтальная дифференциация продукции, подходы к измерению степени дифференциации продукции. Простейшие модели. Эффекты собственной и перекрестной цены. Количественные и Ценовые игры при неоднородных продуктах, модификация моделей Курно и Бертрана. Модель последовательных действий. Монополистическая конкуренция. Фирмы и торговые марки. Равновесие Чемберлина при монополистической конкуренции. Влияние постоянных издержек на число марок и состояние рынка. Аллокативная неэффективность монополистической конкуренции и доводы за продуктовое многообразие. Пространственные (адресные) модели. Модель линейного города, «зонтики Хотеллинга», влияние структуры издержек на уровень дифференциации,

последовательный вход в отрасль. Модель кругового города Салопа, оптимальный уровень дифференциации и дифференциация при свободном доступе на рынок. Прочие модели. Модель Ланкастера, продукт как совокупность потребительских характеристик. Модель вертикальной дифференциации продукта Саттона.

#### **Тема 6. Концентрация, барьеры входа в отрасль, слияния и поглощения.**

Меры концентрации. Индекс концентрации. Индекс Херфинделя-Хиршмана. Индекс энтропии. Дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей. Индекс Джини. Барьеры входа в отрасль. Затраты на вход, безвозвратные издержки. Блокированный, удержанный и открытый вход в отрасль. Ценообразование и рыночные сигналы. Слияния. Виды экономических объединений. Типы слияний. Горизонтальные и вертикальные слияния, промежуточные, конечные и взаимозамещающие продукты. Контроль слияний со стороны государства, мировой опыт. Враждебные поглощения. Причины поглощений. Цели и способы поглощений. Варианты борьбы с враждебными поглощениями. Взаимосвязь с рыночной структурой.

#### **Тема 7. Научно - исследовательские и опытно- конструкторские разработки. Ценовая политика.**

Инновации. Классификация процесса инноваций. Гонка за НТП, равновесный и общественно оптимальный уровень НИОКР. Гипотеза Шумпетера. Кооперация в сфере НИОКР, эффект положительного влияния. Взаимосвязь структуры рынка и инновационной активности. Патенты. Получение преимуществ и поощрение инноваций. Критерии и типы патентной защиты разработок. Оптимальная длительность патента. Лицензирование и субсидирование инноваций. Ценовая дискриминация. Типы дискриминационной политики, совершенная дискриминация, дискриминация в зависимости от объема (дискриминация второго типа), дискриминация по группам потребителей (дискриминация третьего типа). Практика ценовой дискриминации, сезонные продажи, нелинейное ценообразование, сезонное ценообразование. Межвременная ценовая дискриминация, парадокс Коуза. Пространственная ценовая дискриминация. Модели ценообразования. Двухуровневые тарифы. Неравномерное ценообразование, система накопительных скидок. Ценообразование по издержкам пиковой нагрузки. Учет сезонного фактора в ценах, его влияние на доходы. Хищническое ценообразование.

#### **Тема 8. Воздействие рекламы на рынок.**

Побуждающая реклама. Уровень рекламы, максимизирующий прибыль монополии. Уровень рекламы и уровень цен. Уровень рекламы и его влияние на общественное благосостояние, негативное влияние существования монополии. Теорема Дорфмана-Штайнера, модификация для случая олигополии. Информативная реклама. Равновесное число рекламодателей, общественно оптимальный уровень рекламы, зависимость от вероятности достижения потребителя. Влияние рекламы на уровень цен. Целевая реклама. Влияние предыдущего опыта потребления продукта на выбор потребителя. Методы рекламы, сравнительный анализ. Воздействие рекламы на рынок. Сравнительная реклама, стратегическое использование. Реклама и качество продукта. Государственное регулирование рекламы.

#### **Тема 9. Проблема асимметричности информации о качестве продукции.**

Качество товара. Выбор уровня качества потребителем, зависимость от дохода. Качество как мера продуктовой дифференциации, модификация модели Хотеллинга, двухпериодная игра. Рынок «лимонов» Акерлофа. Модель рынка подержанных автомобилей. Задача покупателя, «негативный» отбор и его последствия. Применение модели Акерлофа, страхование, рынок труда, рынок кредитов. Рыночные сигналы. Цена как сигнал качества. Гарантии качества, симметричная информация. Роль гарантий при несимметричной информации. Государственное регулирование качества продукции, ГОСТы, сертификация, «Закон о защите потребителей», и т.д.

#### **Тема 10. Государственная отраслевая политика .**

Виды и типы отраслевой политики. Внешнеторговая политика. Эффективность торговых союзов и соглашений. Антимонопольная политика. Регулирование естественных монополий. Ценообразование по Рамсею

#### **Тема 11. Промежуточная аттестация (зачет) .**

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Рынок (определение). Границы продуктового рынка (подходы к определению). Выделение отраслей в практике.
2. Сравнительный анализ основных типов рынков (рынки свободной конкуренции, квазиконкурентных рынков, монополистическая конкуренция, олигополия, рынки с вертикальной интеграцией (или ограничениями), рынки с асимметричной информацией, рынки с доминирующей фирмой, чистая монополия и монополия, естественная монополия, картель).
3. Показатели рыночной власти фирм на основе индекса Бейна, индекса Лернера, коэффициента Тобина, коэффициент Ротшильда. Методы расчета и приблизительные их значения для каждого вида рынка. Трудности, возникающие при подсчете индексов на практике, опыт оценки их значений и выводов для определения рыночной структуры и рыночной власти фирмы в развитых странах.
4. Показатели концентрации как характеристика структуры рынков. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших производителей отрасли, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана. Оценка значений этих показателей в теории и на практике. Положительные стороны и ограничения каждого индекса.
5. Факторы, определяющие структуру рынка: эффект масштаба (факторы, определяющие эффект масштаба, факторы, ограничивающие эффект масштаба), эффект крупного капитала, эффект крупномасштабных методов стимулирования сбыта.
6. Факторы, определяющие структуру рынка: случайные факторы, воздействие государства, эластичность и темпы роста спроса, иностранная конкуренция, необратимые издержки.
7. Фирма: определения и признаки. Основные концепции фирмы
8. Проблемы, возникающие при принятии предпосылки о максимизации прибыли как основном мотиве деятельности фирмы. Альтернативные цели фирмы (перечислить).
9. Цели акционеров (максимизация дивидендов, максимизация курсовой стоимости акций, максимизация благосостояния акционеров). Возможность возникновения конфликтов при несовпадении целей различных акционеров.
10. Цели индивидуального собственника. Модель выбора между доходом (прибылью) и свободным временем.
11. Цели менеджеров. Максимизация объема продаж. Способы контроля за деятельностью менеджеров.
12. Цели менеджеров. Максимизация административных (накладных) расходов. Способы контроля за деятельностью менеджеров.
13. Цели менеджеров. Максимизация темпов роста фирмы. Способы контроля за деятельностью менеджеров.
14. Цели кредиторов. Выбор инвестиционного решения (получение максимума дохода на вложенные средства). Конфликт интересов между держателями акций и держателями облигаций. Цели дебиторов.
15. Семейная фирма.
16. Воздействие монополии на общественное благосостояние. Оценка чистых потерь монополии: различные варианты линейного и нелинейного случаев. Измерение чистых потерь общества от монополии на практике. Проблемы, возникающие при оценке величины чистых потерь на практике.
17. Факторы, не учтенные при традиционной оценке потерь монополии: взаимное влияние отраслей, эффект дохода, повышение качества продукции, временной фактор, социальные издержки и X-неэффективность.
18. Определения барьеров входа (концепции Бэйна, Стиглера, Вайзцекера). Классификация барьеров входа. Классификация отраслей по барьерам входа. Примеры.
19. Нестратегические барьеры (определение). Емкость рынка. Барьер капитальных затрат (особенности данного барьера в российской экономике). Абсолютное преимущество в издержках производства старых фирм. Примеры.
20. Нестратегические барьеры (определение). Относительные преимущества в издержках. Административные барьеры. Состояние инфраструктуры. Репутация. Криминализация. Примеры.
21. Стратегические барьеры (определение). Ценообразование, ограничивающее вход

(модель Бейна, модель Модильяни). Проблемы лимитирующего ценообразования. Практика лимитирующего ценообразования.

22. Стратегические барьеры (определение). Грабительское ценообразование. Дополнительные инвестиции в оборудование. Долгосрочные контракты с третьими лицами.

23. Стратегические барьеры (определение). Дифференциация товара. Модель Дорфмана-Штаймера (дифференциация товара через рекламу).

24. Особенности барьеров в российской экономике.

25. Предпосылки олигопольного рынка. Общие понятия теории олигополии (равновесие по Нэшу, функция реакции). Классификация моделей олигополии.

26. Классификация моделей олигополии. Модель Курно.

27. Классификация моделей олигополии. Модель Штакельберга.

28. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом.

29. Модель Эджуорта (с одинаковым ограничением мощности).

30. Рынок (определение). Границы продуктового рынка (подходы к определению). Выделение отраслей в практике.

31. Модель ценового лидерства: предпосылки модели доминирующей фирмы, графическая иллюстрация, равновесие в модели. Ценовой зонтик. Доминирующая фирма и свободный вход.

32. Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. Модель "самоубийственного" ценообразования. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой. Дифференциация товара как фактор стратегического поведения доминирующей фирмы.

33. Классификация моделей кооперативного поведения. Причины возникновения картелей. Простая (статическая) модель полного картеля.

34. Классификация моделей кооперативного поведения. Динамическая модель картеля (условие стабильности). Народная теорема, «показатель терпеливости фирмы».

35. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: число фирм, частота изменения цен, изменения спроса.

36. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: асимметрия между фирмами.

37. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: горизонтальная продуктовая дифференциация, ограничение по мощности, диверсификация (многопродуктовые фирмы). Методы предотвращения нарушения картельного соглашения.

38. Вертикальная интеграция (определение). Виды вертикальной интеграции. Вертикальные ограничения. Типы вертикальных ограничений. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить) Снижение транзакционных издержек. Примеры.

39. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить). Стремление фирмы снизить давление гос. регулирования. Использование ценовой дискриминации. Диверсификация производства. Стремление снизить потери от монопольной власти других фирм

40. Формы вертикальных ограничений. «Ценовые» контракты: линейная цена, 2-х частный тариф (плата за франшизу), установление минимальной и максимальной цены перепродажи (контроль уровня розничных цен). Квоты продаж. Примеры.

41. Формы вертикальных ограничений Практика "исключительной территории" и "исключительных контрактов". Участие в собственности. Примеры

42. Положительные и отрицательные последствия вертикальной интеграции (вертикальных ограничений). Примеры: случаи особой эффективности вертикальной интеграции с точки зрения фирмы и/или общества в целом. Запрещение и поддержка вертикальных ограничений, практический опыт.

43. Ценовая дискриминация: мотивы и условия эффективного осуществления. Последствия ценовой дискриминации для общественного благосостояния. Типы ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация первого типа (условия осуществления, последствия).

44. Типы ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация третьего типа. Факторы, исключающие арбитраж.

45. Ценовая дискриминация второго типа: виды реализации, примеры. Двухчастный тариф. Три варианта стратегии ценообразования с использованием двухчастного тарифа.

46. Межвременная дискриминация. Распределение спроса на товары с длительным



сроком службы во времени. Парадокс Коуза.

47. Естественная монополия: характерные черты, причины возникновения. Виды естественной монополии. Примеры. Возможные причины демополизации.

48. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Ценообразование по предельным издержкам («первое наилучшее»). Возможности и проблемы конкурентного равновесия.

49. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). «Второе наилучшее» и ценообразование Рамсея (для однопродуктовой фирмы). Цена Рамсея для многопродуктовой ЕМ.

50. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Ценообразование по издержкам пиковой нагрузки. Выбор качества товара регулируемого монополиста.

51. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Регулирование нормы доходности. Неэффективность инвестиционных решений регулируемой естественной монополии: эффект Аверча-Джонсона.

52. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Внедрение конкуренции на рынок естественной монополии как альтернативный метод решения проблемы монопольной власти. Примеры.

53. Несовершенство информации относительно качества товара: модель Акерлофа. Проблема «неблагоприятного отбора».

54. Проблемы «негативного отбора» и «риска недобросовестного поведения контрагента» на товарных, финансовых рынках и рынках услуг. Примеры. Сигналы качества как решение проблем, связанных с асимметрией информации. Примеры. Способы устранения (смягчения) и способы усиления асимметрии ценовой информации.

55. Асимметрия информации о ценах. «Ловушка» для туристов.

56. Дифференцированные товары. Факторы дифференциации. Классификация моделей с дифференцированным продуктом. Мера продуктовой дифференциации.

57. Непространственные модели дифференциации продукта. Количественная конкуренция с дифференцированным продуктом.

58. Непространственные модели дифференциации продукта. Ценовая конкуренция с дифференцированным продуктом.

59. Модели пространственной дифференциации товара. Модель Хотеллинга с фиксированным местоположением фирм (случай линейных транспортных издержек). Выбор местоположения и цены.

60. Модели пространственной дифференциации товара. Модель Хотеллинга (случай квадратичных транспортных издержек). Модели пространственной дифференциации товара. Круговая модель Салопа.

## **Планы семинарских занятий**

### **Тема 1. Предмет курса «Экономика отраслевых рынков».**

Время - 0 час.

#### Основные вопросы:

- Этапы развития теории отраслевых рынков, методология исследования рыночных структур.

- Альтернативные концепции: конкуренция как поведение экономических агентов, конкуренция как структура рынка.

- Эффективность конкурентных рынков. Долгосрочные и краткосрочные аспекты конкуренции.

- Чистая монополия в краткосрочном периоде: предпосылки и основные результаты модели.

- Влияние монополии на общественное благосостояние. Традиционный анализ. Факторы, неучтенные при традиционном анализе влияния монополии на общественное благосостояние.

- Основные способы регулирования монополии: установление предельной цены, налогообложение (3 вида).

- Монополия в долгосрочном периоде.

## Тема 2. Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению.

Время - 0,5 час.

### Основные вопросы:

- Современные концепции фирмы, классификация рынков, идентификация границ, показатели размера фирмы.
- Ценовая дискриминация: мотивы, условия эффективности. Арбитраж (возможность перепродажи), факторы, позволяющие исключить арбитраж или снизить его вероятность.
- Способы реализации ценовой дискриминации: двухчастный тариф, блочный тариф, оптовые продажи, взаимосвязанные продажи, нелинейное ценообразование (определение комбинаций объема покупки/цены), сезонное ценообразование и др.
- Типы ценовой дискриминации, ценовая дискриминация первого типа, способы реализации, ее влияние на общественное благосостояние.
- Ценовая дискриминация третьего типа, способы реализации, влияние арбитража на эффективность ценовой дискриминации третьего типа.
- Ценовая дискриминация второго типа: виды реализации, примеры.
- Привести примеры трех вариантов стратегии ценообразования с использованием двухчастного тарифа:
  - o Пример 1 — полный расчет и анализ по трем вариантам стратегии.
  - o Пример 2 — полный расчет и анализ по трем вариантам стратегии.
  - o Межвременная дискриминация. Парадокс Коуза. На каких рынках он встречается наиболее часто? Где эта проблема совсем не имеет места? Влияние ценовой дискриминации на общественное благосостояние и на благосостояние потребителей (для 3-х типов).

## Тема 3. Обобщенные рыночные структуры.

Время - 0,5 час.

### Основные вопросы:

- Рыночная структура и ее основные черты.
- Естественная монополия (ЕМ): характерные черты, причины возникновения.
- Многопродуктовые фирмы — естественные монополии: примеры, виды средних издержек, виды экономии и возможные формы ЛАС. Возможные причины демополизации.
- Государственное регулирование ЕМ, методы ценообразования на продукцию ЕМ:
  - o по предельным издержкам («первое наилучшее»);
  - o социально справедливая цена («второе наилучшее»);
  - o цена Рамсея для многопродуктовой ЕМ;
  - o по издержкам пиковой нагрузки;
- Регулирование доходности ЕМ, эффект Аверча-Джонсона.

## Тема 4. Монопольная власть.

Время - 0,5 час.

### Основные вопросы:

- Показатели монопольной власти, основные модели количественного взаимодействия фирм на олигополистическом рынке.
- Олигополия: характерные черты, причины распространения, стратегии поведения
- Предпосылки и основные понятия теории олигополии, стратегические комплементы и субституты.
- Основные понятия теории игр: классификация игр (в том числе — игры с полной/неполной и совершенной/несовершенной информацией), лучший ответ, доминирующая стратегия, равновесие по Нэшу. Основные типы статических игр: «дилемма заключенных», «семейный спор», «игра на спичках».
- Основные модели количественного взаимодействия фирм на олигополистическом рынке: модель Курно); модель Штакельберга);

Все модели рассмотреть по схеме:

- предпосылки;
- формализация модели для случая линейного спроса  $P=a-b \cdot Q$  и линейных издержек  $TC = c \cdot Q$ ;
- недостатки модели и примеры.

Базовые модели олигополий-2 (ценовая олигополия)

Статические модели ценового взаимодействия фирм:

- простая модель Бертрана (однородный продукт, постоянные и одинаковые издержки). Парадокс Бертрана.). Функции реакции;
- модель Бертрана (однородный продукт, разные издержки);
- модель Бертрана в случае дифференцированного продукта. Функции реакции. Равновесие Бертрана-Нэша. Сравнительная статика в модели;
- модель Эджуорта.
- Базовые модели олигополий-3. Ценовое лидерство.

## **Тема 5. Олигополистические рынки однородных продуктов. Рынки неоднородных продуктов. .**

Время - 0,5 час.

Основные вопросы:

- Олигополистические рынки однородных продуктов, рынки неоднородных продуктов.
- Классификация кооперативных взаимодействий.
- Причины возникновения картелей, открытые и тайные соглашения, проблемы выработки и поддержания соглашений по цене, примеры, проблемы выявления нарушений соглашений.
- Статические модели, стимулы нарушения картельного соглашения.
- Социальные издержки картелизации.
- Динамические модели, факторы, влияющие на стабильность картельного соглашения.

## **Тема 6. Концентрация, барьеры входа в отрасль, слияния и поглощения.**

Время - 0,5 час.

Основные вопросы:

- Меры концентрации, барьеры входа в отрасль, типы слияний, способы поглощений.
- Вертикальная интеграция (ВИ): определение, типы. Вертикальные ограничения (ВО): определение, виды особых условий.
- Стимулы ВИ и ВО.
- Механизмы ВО.
- ВИ и ВО ( анализ стимулов и механизмов):
  - Последствия ВИ для экономики: издержки ВИ («минусы»), доводы в поддержку ВИ («плюсы»), государственная политика в отношении ВИ структур.
  - Антимонопольная политика в отношении ВО (можно: в России или на примере США, ЕС и т.д.)
  - Специфика ВИ и ВО в Российской экономике.
  - Франчайзинг в России
  - Асимметрия информации:
  - Проблемы «негативного отбора» и «морального риска».
  - Модель рынка лимонов Акерлофа.
  - Сигналы качества как решение проблем, связанных с асимметрией информации.
  - Асимметричная информация на рынке кредитов.
  - Асимметрия информации о ценах. «Ловушка» для туристов.

## **Тема 7. Научно - исследовательские и опытно- конструкторские разработки. Ценовая политика. .**

Время - 0,5 час.

Основные вопросы:

- Классификация процесса инноваций, критерии и типы патентных разработок, типы

дискриминационной политики, модели ценообразования.

- Равновесный и общественно оптимальный уровень НИОКР.
- Инновации и классификация процесса инноваций, гипотеза Шумпетера.
- Патенты получения преимуществ и поощрений инноваций, критерии и типы патентной защиты разработок. Оптимальная длительность патента.
- Типы дискриминационной политики, дискриминация в зависимости от объема (дискриминация второго типа), дискриминация по группам потребителей (дискриминация третьего типа).
- Ценовая дискриминация, сезонные продажи, нелинейное ценообразование, сезонное ценообразование, пространственная ценовая дискриминация. Модели ценообразования.
- Ценообразование по издержкам пиковой нагрузки, учет сезонного фактора в ценах, его влияние на доходы.

#### **Тема 8. Воздействие рекламы на рынок.**

Время - 0 час.

##### Основные вопросы:

- Уровень рекламы, максимизирующий прибыль монополии.
- Уровень рекламы и его влияние на общественное благосостояние, негативное влияние существования монополии.
- Влияние рекламы на уровень цен.
- Целевая реклама.
- Влияние предыдущего опыта потребления продукта на выбор потребителя.
- Методы рекламы, сравнительный анализ.
- Воздействие рекламы на рынок.
- Сравнительная реклама, стратегическое использование.
- Реклама и качество продукта.
- Государственное регулирование рекламы.

#### **Тема 9. Проблема асимметричности информации о качестве продукции.**

Время - 0,5 час.

##### Основные вопросы:

- Качество товара, выбор уровня качества потребителем, зависимость от дохода. Качество как мера продуктовой дифференциации, модификация модели Хотеллинга, двухпериодная игра.
- Рынок «лимонов» Акерлофа, модель рынка подержанных автомобилей, задача покупателя, «негативный» отбор и его последствия.
- Применение модели Акерлофа, страхование, рынок труда, рынок кредитов.
- Рыночные сигналы, цена как сигнал качества, гарантии качества, симметричная информация.
- Роль гарантий при несимметричной информации.
- Государственное регулирование качества продукции, ГОСТы, сертификация, «Закон о защите потребителей», и т.д.

#### **Тема 10. Государственная отраслевая политика.**

Время - 0,5 час.

##### Основные вопросы:

- Государственная отраслевая политика.
- Внешнеторговая политика.
- Виды и типы отраслевой политики.
- Эффективность торговых союзов и соглашений.
- Антимонопольная политика.
- Регулирование естественных монополий. Ценообразование по Рамсею

## 6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 6.1.1. Основные категории учебной дисциплины для самостоятельного изучения:

Абсолютное преимущество в издержках - ситуация, когда фирма выпускает товар при более низких средних (и совокупных) издержках, чем ее ближайшие конкуренты

Антимонопольное регулирование - политика, выражающаяся в регулировании монополий, слияний и поглощений, соглашений по ограничению торговли, картелей, поддержание розничных цен и

Бартер – обмен одного экономического блага на другое

Барьер входа - все факторы, которые препятствуют фирме организовать безубыточное производство в отрасли.

Барьер выхода - все факторы, которые препятствуют фирме уйти из отрасли, не неся значительных потерь.

Вертикальная дифференциация продукта – это различие качества товаров, удовлетворяющих одинаковым вкусы потребителей.

Вертикальная интеграция – процесс объединения в рамках одной компании последовательных стадий выпуска продукта.

Вертикальные ограничения - запреты и обязательства, налагаемые фирмой на своих партнеров в ходе последовательных стадий выпуска и сбыта продукта.

Взаимосвязанные продажи - продажа одного товара осуществляется только при условии, что потребитель покупает какой-либо другой товар.

Горизонтальная дифференциация продукта– это различие потребительских характеристик товаров, удовлетворяющих разные вкусы.

Давальческие контракты– долгосрочные договоры, предусматривающие, что право собственности на произведенный товар принадлежит поставщикам сырья.

Диверсификация- производство на одной фирме нескольких раз-нородных товаров, близких по технологии производства.

Дисперсия рыночных долей - показатель концентрации продавцов на рынке, характеризующий степень разброса объемов выпуска фирм.

Дифференциация продукта - разнообразие товаров, удовлетворяющих одну и ту же потребность и обладающих одними и теми же базовыми характеристиками.

Доминирующая фирма – фирма, имеющая возможность оказывать влияние на рыночную цену и способная использовать стратегические преимущества своего положения по сравнению с конкурентами, что в ее высокой доле рынка.

Естественная монополия - ситуация на рынке, когда одна крупная фирма в состоянии производить товар с более низкими издержками, нежели несколько более мелких фирм.

Жизненный цикл товара- условное наименование стадий выпуска товара на рынок, адаптации потребителей к товару, насыщения спроса и снятия товара с производства.

Издержки картелизации - издержки, связанные с заключением картельного соглашения и представляющие собой чистые потери для экономики (отвлечение ресурсов на процесс картелизации вместо производственного процесса).

Издержки по управлению - издержки, которые несет фирма в связи с необходимостью контролировать действия работников на рабочем месте.

Индекс Бейна - показатель деятельности фирм, характеризующий рыночную власть фирмы посредством сравнения доходности данной фирмы со средней доходностью рынка в целом.

Индекс Джини - показатель деятельности фирм, характеризующий степень концентрации продавцов на рынке путем определения отношения площади, ограниченной фактической кривой Лоренца и кривой Лоренца для абсолютно равномерного распределения рыночных долей, к площади треугольника, ограниченного осями абсцисс и ординат и кривой Лоренца для абсолютно равномерного распределения долей.

Индекс концентрации - показатель, измеряющий сумму рыночных долей крупнейших фирм на отраслевом рынке.

Индекс Лернера - показатель рыночной власти фирмы, характеризующий относительное превышение цены товара, продаваемого данной фирмой, над предельными издержками ее выпуска (то есть над ценой свободной конкуренции).

Индекс Херфинляля-Хиршмана– показатель степени концентрации продавцов на рынке

рассчитываемый исходя из общего числа фирм на рынке и распределения их относительных размеров (доли от общеотраслевого выпуска)

Интеграция «вперед» (интеграция продукта) – покупка фирмой поздних стадий производственного процесса (сбыта товара).

Интеграция «назад» (интеграция фактора) - покупка фирмой ранних стадий производства товара (производителей факторов производства, ресурсов).

Картель – соглашение фирм о разделе рынка сбыта.

Квазиинтеграция – вертикальная интеграция, вызванная не технологической потребностью, а интересами уклонения фирмы от государственного регулирования.

Квазиконкурентный рынок - рынок, на котором отсутствуют барьеры входа-выхода, таким образом, независимо от числа, фирм устанавливается конкурентное равновесие.

Конгломерат - фирма, объединяющая выпуск разнородной продукции, не связанной технологически.

Контрактная концепция фирмы - теоретический подход, согласно которому фирма представляет собой совокупность внешних и внутренних контрактов формального и неформального характера.

Концентрация покупателей - плотность наличия фирм, являющихся покупателем одного и того же товара, и степень их влияния на рыночную цену.

Концентрация продавцов - плотность наличия фирм, производящих один и тот же товар, и степень их влияния на рыночную цену.

Кооперативное поведение фирм на рынке - реализация стратегического поведения фирм в условиях олигополии, когда фирмы сотрудничают друг с другом и проводят согласованную политику на рынке.

Коэффициент Папандреу - показатель, отражающий изменение объема продаж фирмы при изменении цены конкурента на один процент.

Коэффициент Тобина - показатель рыночной власти фирмы, характеризующий относительную оценку состояния фирмы рынком по сравнению с внутренней оценкой самой фирмой.

Коэффициент энтропии – показатель, отражающий среднюю долю фирм, действующих на рынке, взвешенную по натуральному логарифму обратной ей величины.

Лизинг- использование оборудования фирмой на правах аренды.

Лимитирующее ценообразование - назначение цены на уровне, при котором вход других фирм в отрасль не является целесообразным (приносит новым фирмам убытки).

Межвременная дискриминация - назначение разных цен на товар в разные периоды времени.

Минимально эффективный выпуск - объем выпуска, при котором положительная отдача от масштаба меняется на отрицательную.

Модель Штакельберга - ситуация, когда один из игроков рынка не может увеличить свой выигрыш в одностороннем порядке, а решения принимаются сначала одним игроком и становятся известными второму игроку.

Монополия – тип структуры рынка, характеризующийся наличием одной фирмы и большого количества покупателей, отсутствием товаров-заменителей и заблокированный вход.

Монопсония – форма концентрации покупателей, когда один покупатель противостоит большому числу мелких производителей

Нелинейное ценообразование - назначение цены таким образом, что совокупные расходы потребителя изменяются непропорционально изменению количества покупаемого товара.

Необратимые издержки - первоначальные издержки организации производства, которые фирма вынуждена нести, если она уходит из отрасли.

Несовершенный картель – соглашение фирм о разделе рынка сбыта, в которое входят не все (как правило, не подавляющее большинство) фирмы отрасли.

Нестабильность рынка – ситуация, при которой на рынке не может установиться единая равновесная цена в течение длительного периода времени.

Ограничения покупки - запрет на покупки ресурсов вне данной фирмы.

Ограничения продажи - запрет на продажу товара вне какого-либо круга потребителей.

Олигополия – рынок, на котором действуют несколько крупных продавцов, при этом здесь присутствуют значительные барьеры входа или выхода.

присутствуют значительные барьеры входа или выхода.

Относительное преимущество в издержках - ситуация, когда уже действующая в отрасли фирма быстрее достигает минимально эффективного выпуска, чем ее потенциальные конкуренты.

Отраслевая политика - система государственных мероприятий, направленная на решение проблем, связанных с монопольной властью, внешними эффектами, общественными благами и несовершенством системы информации.

Парадокс Коуза - явление, при котором вынужденное снижение цены товаров длительного пользования со временем ведет при непрерывных ценовых корректировках к нулевой прибыли производителя-монополиста.

Параметры поведения фирмы на рынке - показатели деятельности фирмы, по которым оценивается эффективность ее функционирования; к ним относятся: выбор продукта (качество и количество), цена товара, реклама, расходы на НИОКР, инвестиции, слияния и поглощения.

Перекрестная ценовая эластичность - показатель степени восприимчивости спроса на один товар к изменению цены другого товара.

Планируемое устаревание товара - политика фирмы, при которой товар длительного пользования выпускается с преднамеренно укороченным сроком службы для того, чтобы обеспечить себе продажу этого товара и в будущем.

Поглощение - присоединение какой-либо фирмы к другой, при этом присоединяемая фирма полностью теряет свою самостоятельность

Позиционирование товара - определение места товара в данной товарной категории.

Показатели функционирования отраслевых рынков - результативность деятельности фирм в отрасли; к ним относятся: качество продукта, эффективность распределения производственных и финансовых ресурсов, технический прогресс, рентабельность, производства.

Положительный эффект масштаба - явление, когда увеличение выпуска товара сопровождается снижением средних издержек его производства.

Потери благосостояния - последствия деятельности монополии, связанные с перераспределением ресурсов отрасли и экономики в целом.

Предположительные вариации - оценка данной фирмой параметров ожидаемого поведения конкурента (цены, которую конкурент предполагает назначить, и объема его предполагаемого сбыта).

Промышленная политика - политика, направленная на обеспечение эффективности промышленного производства и конкурентоспособности, содействие техническому прогрессу, а также создания новых рабочих мест

Равновесие по Парето - ситуация, когда нельзя улучшить положение ни одного из игроков, не ухудшая при этом положения другого.

Репутация - доверие потребителей к качеству товара, выпускаемого данной фирмой

Рынок монополистической конкуренции - рынок, на котором, как правило, большое число продавцов предоставляют дифференцированный товар.

Рынок работающей конкуренции - рынок, результаты деятельности которого (в первую очередь равенство предельных доходностей от различных видов использования ресурсов) оказываются такими же, как в условиях совершенной конкуренции, несмотря на то, что остальные условия свободной конкуренции могут не выполняться.

Рынок свободной конкуренции - рынок, для которого характерны такие условия, как: большое число продавцов и покупателей, однородность продаваемого товара, совершенство информации относительно параметров спроса и предложения, отсутствие барьеров входа-выхода, отсутствие давления на рыночную цену, в результате чего все экономические агенты получают одинаковые величины предельных доходов на свои ресурсы, независимо от альтернативного варианта их использования.

Рынок труда - рынок факторов, на котором происходит обмен труда на заработную плату

Рыночная структура - внутренние связи между экономическими агентами одного и того же рынка: отношения покупателей друг с другом, отношения продавцов с покупателями, отношение продавцов к потенциальным покупателям, отношение продавцов к потенциальным конкурентам.

Связанное ценообразование - схемы ценообразования на товары и услуги в зависимости от периода действия.

Сегментация рынка - разделение покупателей на отдельные категории в соответствии с их

ценовыми предпочтениями.

Синергетический эффект - значительное превышение результата после объединения усилий фирм.

Слияние - объединение фирм в единую производственную единицу, при этом фирмы остаются равноправными участниками с новой организации.

Социальные издержки картелизации – потери в объеме выпуска отрасли в результате создания картеля, сокращающего совокупное предложение на рынке.

Специфические активы - активы, максимальный эффект от использования которых достигается в рамках контракта. Такому активу трудно найти замену и альтернативное применение.

Стратегическая концепция фирмы - теоретический подход, согласно которому фирма рассматривается как активный субъект рынка, обладающий собственной стратегией поведения.

Трансакционные издержки - издержки фирмы, связанные с ведением деловых операций; к ним относятся: издержки на поиск партнера, ведение переговоров, заключение контрактов и обеспечение выполнения договоров.

Трансфертное ценообразование - особый вид ценовой дискриминации, если используется для установления различных цен на промежуточные товары подразделений фирмы с целью максимизации совокупной прибыли фирмы в целом.

Факторы отраслевой политики государства - мероприятия, предпринимаемые правительством для регулирования: структуры отрасли; к ним относятся: антимонопольное законодательство, налогообложение, регулирование инвестиционной деятельности, регулирование занятости, макроэкономическая политика (стабилизационная, антиинфляционная, кредитно-денежная).

Факторы структуры отраслевого рынка - показатели, определяющие тот или иной тип взаимоотношений фирм на рынке; к ним относятся: число покупателей и продавцов, барьеры входа-выхода, дифференциация продукта, вертикальная интеграция, диверсификация производства.

X-эффективность картеля – сокращение издержек производства товара в результате создания картеля по сравнению с условиями выпуска докартелированной отрасли.

Холдинговая компания – управленческая структура, в которой организация контроля за деятельностью подразделений как относительно самостоятельных фирм осуществляется благодаря владению пакетами акций этих фирм.

Цели деятельности фирмы – элемент рыночного поведения, обозначающий задачи, которые ставит перед собой фирма при производстве товаров и услуг

Цена "проникновения" - относительно невысокая цена нового товара, позволяющая фирме быстро завоевать рынок.

Цена "снятия сливок" - относительно высокая цена нового товара, позволяющая фирме получить большую прибыль в короткие сроки

Ценовая дискриминация – ситуация, когда производитель продает одинаковые продукты на разных отдельных рынках по разным ценам. Данные рынки могут быть изолированы друг от друга по разным причинам, включая различное географическое положение, назначение самого продукта и требований потребителей.

Эластичность спроса - степень чувствительности величины спроса к изменению рыночных параметров: цены товара, дохода потребителя.

Эффект "странных цифр" - психологическое предпочтение товара, цена которого оканчивается на 0 или 9.

Эффект "якоря" - выбор потребителем места покупки в зависимости от его оценки ряда специфических товаров - "лидеров по потерям".

Эффект Вебера-Фешнера - оценка потребителем изменения цены товара в зависимости от первоначальной величины цены, выражающаяся в изменении ценовой эластичности спроса.

Эффективность- отношение между затратами редких факторов и выпуском товаров и услуг.

Эффективность по Парето - ситуация, когда улучшение положения одного из участников рынка не вызывает негативных изменений в положении ни одного из других участников.

#### 6.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Код результата обучения	Задания
---	-------------------------	---------



1	ПК-23-31	1. Охарактеризуйте методы и приемы финансового контроля в государственном секторе экономики.
2	ПК-23-31	
3	ПК-23-32	2. Охарактеризуйте контроль своевременности и полноты устранения проверяемыми организациями и (или) их вышестоящими органами нарушений законодательства в финансово-бюджетной сфере.
4	ПК-23-32	
5	ПК-23-33	3. Представьте алгоритм оформления результатов контрольных мероприятий торгового предприятия.
6	ПК-23-33	
7	ПК-23-34	4. Определите зоны риска закупочной деятельности как основание для проведения проверки финансово-хозяйственной деятельности учреждения.
8	ПК-23-34	
9	ПК-23-35	5. Охарактеризуйте принцип учета вероятных последствий при принятии и реализации решения о вхождении фирмы на отраслевой рынок. Решение "проблемы лимонов": сигналы о качестве.
10	ПК-23-35	

#### 6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Код результата обучения	Задания
11	ПК-23-У1	6. Проанализируйте Обзор Министерства экономического развития РФ «Тенденции развития в секторах экономики» за 1 квартал 2018г. Определите наиболее эффективно развивающиеся сектора. Решите задачу 1. Известны функция спроса на продукцию фирмы: $QD = 22 - 0,5P$ и функция переменных затрат данной фирмы: $TVC = 4Q + 2Q^2$ . По какой цене фирма будет продавать продукцию?
12	ПК-23-У1	
13	ПК-23-У2	7. Проанализируйте факторы, повлиявшие на динамику обрабатывающей промышленности в 1 кв.2018г (Обзор Министерства экономического развития РФ «Тенденции развития в секторах экономики» за 1 квартал 2018г.). Решите задачу На рынке с функцией спроса $QD = 300 - 5P$ действует монополия с функцией затрат $TC = 300 + 20Q + 0,3Q^2$ . Найти прибыль монополии.
14	ПК-23-У2	
15	ПК-23-У3	8. На основе законов возрастающих затрат и убывающей отдачи обосновать нововведения на фирме Решите задачу Фирма производит продукт в количестве $q$ , используя два ресурса в количествах $X$ и $Y$ ; ее производственная функция $q = 20,2Y^{0,8}$ . Цены ресурсов $pX = 5$ , $pY = 10$ . Привести уравнение траектории оптимального роста и найти функцию затрат фирмы.
16	ПК-23-У3	

17	ПК-23-У4	9. Подготовьте предложения по повышению показателей производственной эффективности бюджетной организации Решите задачу Сметная стоимость строительства нового промышленного предприятия составляет 345 млн руб. Капитальные вложения на создание оборотных средств равны 85 млн руб. Прибыль от реализации готовой продукции равна 120 млн руб. Известно, что расчетная рентабельность не менее 0,25. Определить экономическую эффективность капитальных вложений на строительство нового промышленного предприятия.
18	ПК-23-У4	
19	ПК-23-У5	10. Покажите отличие оценки полезности общей и предельной Решите задачу Четыре индивида потребляют два блага в количествах X и Y. Их предпочтения описываются функциями полезности $U_1 = X^{0.2} Y^{0.3}$ ; $U_2 = 2\ln X + 3\ln Y$ ; $U_3 = X^3 Y^2$ ; $U_4 = 4X^2 Y^3$ . Определить, какие индивиды имеют одинаковые предпочтения, а какие — различные.
20	ПК-23-У5	

### 6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков, владений.

№	Код результата обучения	Задания
21	ПК-23-В1	11. Смоделируйте поведение экономического субъекта на рынке факторов производства Решите тесты 1. Спрос фирмы на факторы производства непосредственно зависит от изменения: а) спроса на продукцию фирмы; б) цены и количества предлагаемых ресурсов - заменителей; в) организационно-правовой формы фирмы; г) технологии производства, влияющей на предельный продукт факторов производства; д) уровня доходов потребителей
22	ПК-23-В1	
23	ПК-23-В2	12. В химической отрасли действуют 4 фирмы, имеющие доли продаж соответственно 20%,25%,40%,15%, а в обрабатывающей промышленности – 5 фирм с долями 10%,15%,25%, 30%,20%. В какой отрасли степень монополизации выше.
24	ПК-23-В2	
25	ПК-23-В3	13. Рассмотреть государственное регулирование ЕМ, методы ценообразования на продукцию ЕМ: о по предельным издержкам («первое наилучшее»); о социально справедливая цена («второе наилучшее»); о цена Рамсея для многопродуктовой ЕМ; о по издержкам пиковой нагрузки;
26	ПК-23-В3	
27	ПК-23-В4	14. Привести примеры трех вариантов стратегии ценообразования с использованием двухчастного тарифа: • Пример 1 — полный расчет и анализ по трем вариантам стратегии. • Пример 2— полный расчет и анализ по трем вариантам стратегии. • Межвременная дискриминация. Парадокс Коуза. На каких рынках он встречается наиболее часто? Где эта проблема совсем не имеет места? Влияние ценовой дискриминации на общественное благосостояние и на благосостояние потребителей (для 3-х типов).
28	ПК-23-В4	
29	ПК-23-В5	15. На рынке действует 10 фирм, имеющих долю рынка в размере 10 % каждая. Будет ли разрешено слияние четырех фирм.
30	ПК-23-В5	

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

### 7.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

- письменные краткие опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины, указанных в п.6.1.1.;
- задания и упражнения, рекомендованные для самостоятельной работы;
- задания и упражнения в ходе семинарского занятия.

### 7.2. ФОС для текущего контроля:

№	Код результата обучения	ФОС текущего контроля
1	ПК-23-31	Задания для самостоятельной работы 1
2	ПК-23-31	Письменный опрос по темам 1
3	ПК-23-32	Задания для самостоятельной работы 2
4	ПК-23-32	Письменный опрос по темам 2,3
5	ПК-23-33	Задания для самостоятельной работы 3
6	ПК-23-33	Письменный опрос по темам 4,5
7	ПК-23-34	Задания для самостоятельной работы 4
8	ПК-23-34	Письменный опрос по темам 6,7
9	ПК-23-35	Задания для самостоятельной работы 5
10	ПК-23-35	Письменный опрос по темам 8,9,10
11	ПК-23-У1	Задания для самостоятельной работы 6
12	ПК-23-У1	
13	ПК-23-У2	Задания для самостоятельной работы 7
14	ПК-23-У2	
15	ПК-23-У3	Задания для самостоятельной работы 8
16	ПК-23-У3	
17	ПК-23-У4	Задания для самостоятельной работы 9
18	ПК-23-У4	
19	ПК-23-У5	Задания для самостоятельной работы 10
20	ПК-23-У5	
21	ПК-23-В1	Задания для самостоятельной работы 11
22	ПК-23-В1	Выполнение заданий и упражнений по теме 1
23	ПК-23-В2	Задания для самостоятельной работы 12
24	ПК-23-В2	Выполнение заданий и упражнений по теме 2,3,4
25	ПК-23-В3	Задания для самостоятельной работы 13
26	ПК-23-В3	Выполнение заданий и упражнений по теме 5,6
27	ПК-23-В4	Задания для самостоятельной работы 14
28	ПК-23-В4	Выполнение заданий и упражнений по теме 7,8
29	ПК-23-В5	Задания для самостоятельной работы 15
30	ПК-23-В5	Выполнение заданий и упражнений по теме 9,10

### 7.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-23-31	Вопросы к экзамену 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

2	ПК-23-31	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рынок (определение). Границы продуктового рынка (подходы к определению). Выделение отраслей в практике.</li> <li>2. Сравнительный анализ основных типов рынков (рынки свободной конкуренции, квазиконкурентных рынки, монополистическая конкуренция, олигополия, рынки с вертикальной интеграцией (или ограничениями), рынки с асимметричной информацией, рынки с доминирующей фирмой, чистая монополия и монополия, естественная монополия, картель).</li> <li>3. Показатели рыночной власти фирм на основе индекса Бейна, индекса Лернера, коэффициента Тобина, коэффициент Ротшильда. Методы расчета и приблизительные их значения для каждого вида рынка. Трудности, возникающие при подсчете индексов на практике, опыт оценки их значений и выводов для определения рыночной структуры и рыночной власти фирмы в развитых странах.</li> <li>4. Показатели концентрации как характеристика структуры рынков. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших производителей отрасли, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана. Оценка значений этих показателей в теории и на практике. Положительные стороны и ограничения каждого индекса.</li> <li>5. Факторы, определяющие структуру рынка: эффект масштаба (факторы, определяющие эффект масштаба, факторы, ограничивающие эффект масштаба), эффект крупного капитала, эффект крупномасштабных методов стимулирования сбыта.</li> <li>6. Факторы, определяющие структуру рынка: случайные факторы, воздействие государства, эластичность и темпы роста спроса, иностранная конкуренция, необратимые издержки.</li> <li>7. Фирма: определения и признаки. Основные концепции фирмы</li> <li>8. Проблемы, возникающие при принятии предпосылки о максимизации прибыли как основном мотиве деятельности фирмы. Альтернативные цели фирмы (перечислить).</li> <li>9. Цели акционеров (максимизация дивидендов, максимизация курсовой стоимости акций, максимизация благосостояния акционеров). Возможность возникновения конфликтов при несовпадении целей различных акционеров.</li> <li>10. Цели индивидуального собственника. Модель выбора между доходом (прибылью) и свободным временем.</li> <li>11. Цели менеджеров. Максимизация объема продаж. Способы контроля за деятельностью менеджеров.</li> <li>12. Цели менеджеров. Максимизация административных (накладных) расходов. Способы контроля за деятельностью менеджеров.</li> <li>13. Цели менеджеров. Максимизация темпов роста фирмы. Способы контроля за деятельностью менеджеров.</li> <li>14. Цели кредиторов. Выбор инвестиционного решения (получение максимума дохода на вложенные средства). Конфликт интересов между держателями акций и держателями облигаций. Цели дебиторов.</li> <li>15. Семейная фирма.</li> </ol>
3	ПК-23-32	Вопросы к экзамену 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27

4	ПК-23-32	<p>16. Воздействие монополии на общественное благосостояние. Оценка чистых потерь монополии: различные варианты линейного и нелинейного случаев. Измерение чистых потерь общества от монополии на практике. Проблемы, возникающие при оценке величины чистых потерь на практике.</p> <p>17. Факторы, не учтенные при традиционной оценке потерь монополии: взаимное влияние отраслей, эффект дохода, повышение качества продукции, временной фактор, социальные издержки и X-неэффективность.</p> <p>18. Определения барьеров входа (концепции Бэйна, Стиглера, Вайзцекера). Классификация барьеров входа. Классификация отраслей по барьерам входа. Примеры.</p> <p>19. Нестратегические барьеры (определение). Емкость рынка. Барьер капитальных затрат (особенности данного барьера в российской экономике). Абсолютное преимущество в издержках производства старых фирм. Примеры.</p> <p>20. Нестратегические барьеры (определение). Относительные преимущества в издержках. Административные барьеры. Состояние инфраструктуры. Репутация. Криминализация. Примеры.</p> <p>21. Стратегические барьеры (определение). Ценообразование, ограничивающее вход (модель Бейна, модель Модильяни). Проблемы лимитирующего ценообразования. Практика лимитирующего ценообразования.</p> <p>22. Стратегические барьеры (определение). Грабительское ценообразование. Дополнительные инвестиции в оборудование. Долгосрочные контракты с третьими лицами.</p> <p>23. Стратегические барьеры (определение). Дифференциация товара. Модель Дорфмана-Штаймера (дифференциация товара через рекламу).</p> <p>24. Особенности барьеров в российской экономике.</p> <p>25. Предпосылки олигопольного рынка. Общие понятия теории олигополии (равновесие по Нэшу, функция реакции). Классификация моделей олигополии.</p> <p>26. Классификация моделей олигополии. Модель Курно.</p> <p>27. Классификация моделей олигополии. Модель Штакельберга.</p>
5	ПК-23-33	Вопросы к экзамену 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38,

6	ПК-23-33	<p>28. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом.</p> <p>29. Модель Эджуорта (с одинаковым ограничением мощности).</p> <p>30. Рынок (определение). Границы продуктового рынка (подходы к определению). Выделение отраслей в практике.</p> <p>31. Модель ценового лидерства: предпосылки модели доминирующей фирмы, графическая иллюстрация, равновесие в модели. Ценовой зонтик. Доминирующая фирма и свободный вход.</p> <p>32. Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. Модель "самоубийственного" ценообразования. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой. Дифференциация товара как фактор стратегического поведения доминирующей фирмы.</p> <p>33. Классификация моделей кооперативного поведения. Причины возникновения картелей. Простая (статическая) модель полного картеля.</p> <p>34. Классификация моделей кооперативного поведения. Динамическая модель картеля (условие стабильности). Народная теорема, «показатель терпеливости фирмы».</p> <p>35. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: число фирм, частота изменения цен, изменения спроса.</p> <p>36. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: асимметрия между фирмами.</p> <p>37. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: горизонтальная продуктовая дифференциация, ограничение по мощности, диверсификация (многопродуктовые фирмы). Методы предотвращения нарушения картельного соглашения.</p> <p>38. Вертикальная интеграция (определение). Виды вертикальной интеграции. Вертикальные ограничения. Типы вертикальных ограничений. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить) Снижение транзакционных издержек. Примеры.</p>
7	ПК-23-34	Вопросы к экзамену 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49

8	ПК-23-34	<p>39. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить). Стремление фирмы снизить давление гос. регулирования. Использование ценовой дискриминации. Диверсификация производства. Стремление снизить потери от монопольной власти других фирм</p> <p>40. Формы вертикальных ограничений. «Ценовые» контракты: линейная цена, 2-х частный тариф (плата за франшизу), установление минимальной и максимальной цены перепродажи (контроль уровня розничных цен). Квоты продаж. Примеры.</p> <p>41. Формы вертикальных ограничений Практика "исключительной территории" и "исключительных контрактов". Участие в собственности. Примеры</p> <p>42. Положительные и отрицательные последствия вертикальной интеграции (вертикальных ограничений). Примеры: случаи особой эффективности вертикальной интеграции с точки зрения фирмы и/или общества в целом. Запрещение и поддержка вертикальных ограничений, практический опыт.</p> <p>43. Ценовая дискриминация: мотивы и условия эффективного осуществления. Последствия ценовой дискриминации для общественного благосостояния. Типы ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация первого типа (условия осуществления, последствия).</p> <p>44. Типы ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация третьего типа. Факторы, исключаящие арбитраж.</p> <p>45. Ценовая дискриминация второго типа: виды реализации, примеры. Двухчастный тариф. Три варианта стратегии ценообразования с использованием двухчастного тарифа.</p> <p>46. Межвременная дискриминация. Распределение спроса на товары с длительным сроком службы во времени. Парадокс Коуза.</p> <p>47. Естественная монополия: характерные черты, причины возникновения. Виды естественной монополии. Примеры. Возможные причины демонополизации.</p> <p>48. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Ценообразование по предельным издержкам («первое наилучшее»). Возможности и проблемы конкурентного равновесия.</p> <p>49. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). «Второе наилучшее» и ценообразование Рамсея (для однопродуктовой фирмы). Цена Рамсея для многопродуктовой ЕМ.</p>
9	ПК-23-35	Вопросы к экзамену 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60

10	ПК-23-35	<p>50. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Ценообразование по издержкам пиковой нагрузки. Выбор качества товара регулируемого монополиста.</p> <p>51. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Регулирование нормы доходности. Неэффективность инвестиционных решений регулируемой естественной монополии: эффект Аверча-Джонсона.</p> <p>52. Формы регулирования отраслей естественной монополии (перечислить). Внедрение конкуренции на рынок естественной монополии как альтернативный метод решения проблемы монопольной власти. Примеры.</p> <p>53. Несовершенство информации относительно качества товара: модель Акерлофа. Проблема «неблагоприятного отбора».</p> <p>54. Проблемы «негативного отбора» и «риска недобросовестного поведения контрагента» на товарных, финансовых рынках и рынках услуг. Примеры. Сигналы качества как решение проблем, связанных с асимметрией информации. Примеры Способы устранения (смягчения) и способы усиления асимметрии ценовой информации.</p> <p>55. Асимметрия информации о ценах. «Ловушка» для туристов.</p> <p>56. Дифференцированные товары. Факторы дифференциации. Классификация моделей с дифференцированным продуктом. Мера продуктовой дифференциации.</p> <p>57. Непространственные модели дифференциации продукта. Количественная конкуренция с дифференцированным продуктом.</p> <p>58. Непространственные модели дифференциации продукта. Ценовая конкуренция с дифференцированным продуктом.</p> <p>59. Модели пространственной дифференциации товара. Модель Хотеллинга с фиксированным местоположением фирм (случай линейных транспортных издержек). Выбор местоположения и цены.</p> <p>60. Модели пространственной дифференциации товара. Модель Хотеллинга (случай квадратичных транспортных издержек). Модели пространственной дифференциации товара. Круговая модель Салопа.</p>
----	----------	---

Задания для оценки умений.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-23-У1	Задания для самостоятельной работы 6
2	ПК-23-У1	
3	ПК-23-У2	Задания для самостоятельной работы 7
4	ПК-23-У2	
5	ПК-23-У3	Задания для самостоятельной работы 8
6	ПК-23-У3	
7	ПК-23-У4	Задания для самостоятельной работы 9
8	ПК-23-У4	
9	ПК-23-У5	Задания для самостоятельной работы 10
10	ПК-23-У5	

Задания, направленные на формирование профессиональных навыков, владений.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-23-В1	Задания для самостоятельной работы 11
2	ПК-23-В1	
3	ПК-23-В2	Задания для самостоятельной работы 12
4	ПК-23-В2	
5	ПК-23-В3	Задания для самостоятельной работы 13



6	ПК-23-В3	
7	ПК-23-В4	Задания для самостоятельной работы 14
8	ПК-23-В4	
9	ПК-23-В5	Задания для самостоятельной работы 15
10	ПК-23-В5	

## **8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

а) основная литература:

1. Зайцев, М. Г. Методы оптимизации управления и принятия решений. Примеры, задачи, кейсы : учебное пособие / М. Г. Зайцев, С. Е. Варюхин. — 5-е изд. — Москва : Дело, 2017. — 640 с. — ISBN 978-5-7749-1295-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/77349.html>

2. Верховец, О. А. Теория отраслевых рынков : учебное пособие (для студентов, обучающихся по направлению «Экономика») / О. А. Верховец. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 58 с. — ISBN 978-5-7779-1960-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59662.htm>

3. Самсонова, М. В. Экономика отраслевых рынков : практикум / М. В. Самсонова, Е. А. Белякова. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 135 с. — ISBN 978-5-7410-1183-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/33670.html>

б) дополнительная литература:

1. Федорова, А. Ю. Экономика отраслевых рынков : учебное пособие / А. Ю. Федорова ; под редакцией С. Б. Смирнов. — Санкт-Петербург : Университет ИТМО, 2016. — 92 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65374.html>

2. Экономика отраслевых рынков. Формирование, практика и развитие. Самозанятость населения. Правовое и экономическое регулирование : сборник материалов межвузовской научной конференции и круглого стола / О. В. Аксёнова, О. Н. Васильева, Е. В. Видищева [и др.] ; под редакцией И. А. Меркулин, М. А. Пономарева. — Москва : Дашков и К, 2017. — 272 с. — ISBN 978-5-394-02853-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/70886.html>

3. Кондратов, М. В. Теория отраслевых рынков. Практикум : учебное пособие / М. В. Кондратов, Р. И. Гарипов. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 129 с. — ISBN 978-5-4486-0659-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81499.html>

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя:

пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), OpenOffice;

веб-браузер (Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer др.);

электронную библиотечную систему IPRBooks;

систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «ВКР-ВУЗ.РФ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет <http://lk.rosnou.ru>). Для обеспечения доступа обучающихся во внеучебное время к электронным образовательным ресурсам учебной дисциплины, а также для студентов, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий, используется портал электронного обучения на базе СДО Moodle (он-лайн доступ через сеть Интернет <https://e-edu.rosnou.ru>).

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

<https://cbr.ru/> Официальный сайт Банка России

<https://bdm.ru/> Официальный сайт Банка и Деловой мир

<https://www.minfin.ru/ru/?fullversion=1> Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации

## **11. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи» (с изменениями и дополнениями), Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденными Министерством образования и науки РФ 08.04.2014г. № АК-44/05вн, Положением об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, утвержденным приказом ректора Университета от 6 ноября 2015 года №60/о, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет», утвержденного приказом ректора от 20 мая 2016 года № 187/о.

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

## **12. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Для проведения лекций и семинарских занятий используются аудитории, оборудованные компьютером и проектором. В ходе обучения используются следующие дополнительные учебные материалы: презентации лекций.

Занятия с инвалидами по зрению, слуху, с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводятся в специально оборудованных аудиториях по их просьбе, выраженной в письменной форме.

Автор (составитель) кандидат  
экономических наук, доцент

Калякина И.М.