

Министерство образования и науки Российской Федерации  
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ – «НИНХ»  
Кафедра "

**МЕТОДИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО  
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ  
СТУДЕНТОВ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Учебная дисциплина  
**ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

Для студентов, обучающихся по направлению подготовки по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», профилям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» «Налоги и налогообложение» «Статистика» «Финансы и кредит» «Экономика предприятий и организаций»

Новосибирск 2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ (СЕМИНАРСКИМ) ЗАНЯТИЯМ.....	4
1.1. Организация самостоятельной работы студентов по подготовке к практическим (семинарским) занятиям.....	4
1.2. Содержание практических (семинарских) занятий.....	4
1.3. Список библиографических источников для подготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам учебной дисциплины.....	26
РАЗДЕЛ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ ВИДОВ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ.....	35
2.1. Задания для выполнения эссе 1 и 2.....	35
2.2. Требования к структуре, объему и содержанию эссе.....	35
2.3. Общие требования к выполнению эссе.....	36
2.4. Критерии оценки эссе.....	37
2.5. Требования к форме представления эссе.....	37
2.6. Требования к структуре, объему и содержанию расчетно-графической работы № 1.....	37
2.7. Задания для выполнения расчетно-графической работы №1.....	38
2.8. Общие требования к выполнению расчетно-графической работы.....	44
2.9. Критерии оценки РГР.....	45
2.10. Требования к форме представления РГР.....	45
2.11. Требования к структуре, объему и содержанию РГР №2.....	45
2.12.Задания для выполнения расчетно-графической работы №2.....	46
2.13. Общие требования к выполнению РГР №2, критерии оценки и формы представления РГР №2.....	48
РАЗДЕЛ 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	49
3.1. Список вопросов для подготовки к экзамену.....	49
3.2. Общие положения проведения экзамена.....	51
Приложение 1 Требования к оформлению различных видов самостоятельной работы студентов.....	53

## РАЗДЕЛ 1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ (СЕМИНАРСКИМ) ЗАНЯТИЯМ

### 1.1. Организация самостоятельной работы студентов по подготовке к практическим (семинарским) занятиям

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к практическому (семинарскому) занятию по учебной дисциплине «Теория отраслевых рынков»:

1. Проработать конспект лекций;
  2. При необходимости обратиться к источникам основной и дополнительной литературы, рекомендованной по каждому из двух разделов учебной дисциплины;
  3. Подготовить устный ответ на вопросы, входящие в структуру содержания практического (семинарского) занятия по каждой теме соответствующего раздела учебной дисциплины;
  4. Ответить на вопросы тестовых заданий по каждой конкретной теме соответствующего раздела учебной дисциплины, выбрав один или несколько вариантов ответа верных, по Вашему мнению;
  5. Подготовить доклад по направлениям исследования, предложенным для каждой из тем соответствующего раздела учебной дисциплины;
  6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.
- Формой текущего контроля самостоятельного изучения студентом отдельных тем является опрос с применением образовательных технологий, отраженных в Рабочей программе учебной дисциплины.

### 1.2. Содержание практических (семинарских) занятий

Практические (семинарские) занятия по дисциплине «Теория отраслевых рынков» проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом и планом

практических занятий, отраженными в Рабочей программе, утвержденной на заседании кафедры ЭиП 28 августа 2011 г., протокол № 1.

Тема 1. Теория отраслевых рынков: история развития научного направления, предмет анализа

1. Предмет изучения теории отраслевых рынков
2. Становление теории отраслевых рынков как экономической науки. Этапы становления.
3. Основная парадигма Теории отраслевых рынков «Структура-поведение»

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

1. Определите отличительные особенности объекта исследования.
2. Что является предметом исследования?
3. Дайте характеристику подходов к исследованию предмета.
4. Каким образом структура рынка влияет на поведение предприятий?
5. Почему поведение предприятий определяет результаты функционирования рынка?
6. Какие факторы определяют структуру рынка?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы 1.

Тест 1. Истинно или ложно утверждение: исходя из подхода Э. Мэйсона «Структура-поведение-результат», рыночная структура вынуждает компании действовать определенным способом?

- а. истинно,
- б. ложно.

Тест 2. Истинно или ложно утверждение: ценообразование — это одна из характеристик поведения компании?

- а. истинно,
- б. ложно.

Тест 3. Если исходить из причинно-следственного подхода, то

- а. поведение компаний влияет на их деятельность,
- б. рыночная структура отрасли влияет на поведение компаний,
- в. верно все сказанное выше,
- г. ни одно из приведенных утверждений не верно.

Тест 4. Укажите один фактор, который не влияет на рыночную структуру

- а. Количество продавцов и покупателей,
- б. Уровень технологии,
- в. Барьеры на вход,
- г. Горизонтальная интеграция предприятий,
- д. Вертикальная интеграция,
- ж. Уровень занятости населения.

Тест 5. Объектом анализа в курсе «Экономика отрасли» не является:

- а. Пути достижения наилучшего результата функционирования рынка,
- б. Способы регулирования рыночных взаимосвязей,
- в. Влияние рыночных процессов на поведение фирм,
- г. Пути улучшения финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

3. Подготовить доклады по темам:

1. Влияние выводов теории отраслевых рынков на выработку стратегии развития конкуренции в отраслях.
2. Влияние выводов теории отраслевых рынков на выработку модели применения антимонопольного законодательства.
3. Факторы, влияющие на структуру рынков и конкуренцию.

Тема 2. Альтернативные теории фирмы

- 2.1. Технологическая концепция фирмы
- 2.2. Контрактная концепция фирмы

## 2.3. Стратегическая концепция фирмы

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

1. Что показывает технологический подход к фирме? В каких случаях он может использоваться?
2. В чем состоит сущность контрактной концепции фирмы? Где ее целесообразно применять?
3. В чем состоит сущность стратегической концепции фирмы? В каких случаях этот подход является наиболее эффективным?
4. Какие принципиальные формы внутренней организации фирмы существуют? По какому принципу их выделяют?
5. Дайте определение «транзакционных издержек».
6. Какие альтернативные цели может преследовать фирма?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы

Тест 1. Истинно или ложно утверждение: согласно технологической концепции, фирма рассматривается как структура, оптимизирующая издержки при данном выпуске, что обусловлено технологическими особенностями производства?

- а. истинно,
- б. ложно.

Тест 2. Горизонтальный размер фирмы согласно технологической концепции фирмы определяется

- а. положительным эффектом масштаба, то есть субаддитивностью издержек,
- б. отрицательным эффектом масштаба,
- в. транзакционными издержками.

Тест 3. Транзакционные издержки – это

- а. затраты на обеспечение выполнения внутренних контрактов,
- б. затраты (явные и неявные) на обеспечение выполнения внешних контрактов,

в. затраты на производство и реализацию продукции.

Тест 4. Согласно стратегической концепции фирма является

- а. активным участником формирования отраслевой, микроэкономической политики государства,
- б. пассивным участником формирования отраслевой, макроэкономической политики государства.

Тест 5. Трансакционные издержки определяют

- а. минимальный размер фирмы,
- б. максимальный размер фирмы.

### Тема 3. Строеение рынка и его детерминанты

3.1. Рынок: сущность, границы, классификации рынков

3.2. Типы рыночных структур

3.3. Рынки и эффект масштаба

3.4. Рынки и трансакционные издержки

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. В чем сложность определения отраслевого рынка? Какие подходы к его определению можно выделить?
2. Каково соотношение понятий «отрасль» и «рынок»?
3. Что значит описать рыночную структуру? Каковы основные типы рыночных структур?
4. Что такое эффект масштаба?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы

Тест 1. «Рикардианские» возрастающие затраты имеют место в отраслях...

- а. в которых спрос на ключевой ресурс жестко ограничен;
- б. в которых существует жесткое ограничение по ключевому ресурсу.

Тест 2. Трансакционные издержки – это

- а. затраты на обеспечение выполнения внутренних контрактов,

- б. затраты (явные и неявные) на обеспечение выполнения внешних контрактов,
- в. затраты на производство и реализацию продукции.

Тест 3. Чистая внутренняя экономичность крупномасштабного производства имеет место в ситуации, когда...

- а. расширение производства в долгосрочном периоде приводит к чистому снижению средних затрат на отдельном предприятии;
- б. расширение производства в краткосрочном периоде приводит к чистому снижению средних затрат на отдельном предприятии.

Тест 4. Чистая внутренняя неэкономичность крупномасштабного производства имеет место, если...

- а. в долгосрочном периоде имеют место возрастающие средние долгосрочные затраты;
- б. в долгосрочном периоде имеют место убывающие средние долгосрочные затраты.

Тест 5. Определите тип рыночной структуры, когда на рынке один продавец и много покупателей

- а. монополия,
- б. монопосония,
- в. олигополия.

3. Подготовить доклады по темам:

1. Особенности структуры рынков (отраслей) в России (на примере отдельных рынков).

Тема 4. Характеристика рыночных структур. Уровень концентрации производства

4.1. Концентрация: определение, сущность, измерение.

4.2. Динамика уровня концентрации производства в промышленности России и других стран.

4.3. Взаимосвязь уровня концентрации и результатов функционирования рынка.



Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

1. Что отражает концентрация фирм в рамках отраслевого рынка?
2. Каковы требования к показателям концентрации фирм?
3. Какие показатели используются для измерения уровня концентрации?
4. Каковы тенденции изменения концентрации в развитых странах?
5. Как можно объяснить изменение концентрации во времени?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы

Тест 1. Предельные издержки компании 20 долл., цена — 20 долл. В этом случае индекс Лернера равен

- а. 0,
- б. 1,
- в. 20,
- г. Ни одному из приведенных значений.

Тест 2. Индекс Херфидела — Хиршмана, равный 10 000, означает, что имеет место

- а. монополия,
- б. монополистическая конкуренция,
- в. совершенная конкуренция,
- г. олигополия.

Тест 3. Какие из следующих рыночных структур ассоциируются с рыночной мощностью?

- а. олигополия,
- б. монополия,
- в. совершенная конкуренция,

г. а и б.

Тест 4. Какой из следующих показателей используется для измерения параметров рыночной структуры?

- а. Показатель концентрации четырех крупных фирм в отрасли,
- б. Индекс финансовой устойчивости,
- в. Индекс Дансби — Уиллига,
- г. Нет правильного ответа.

Тест 5. Уровень концентрации производства будет выше в отрасли

- а. где фирмы имеют одинаковые рыночные доли,
- б. где рыночные доли фирм значительно отличаются по размерам,

Тест 6. Факторы, которые не влияют на рост уровня структурной концентрации

- а. эффект масштаба,
- б. слияния и поглощения,
- в. координация деятельности производителей,
- г. давление покупателей.

Тест 7. Чем меньше число фирм, тем...

- а. выше уровень концентрации.
- б. ниже уровень концентрации.

Тест 8. При одинаковом числе фирм на рынке чем меньше отличаются они друг от друга по размеру, тем...

- а. выше уровень концентрации,
- б. ниже уровень концентрации.

3. Подготовить доклады по темам:

1. Рыночная концентрация и рыночная власть: показатели и проблемы

измерения.

2. Теория о связи между концентрацией и рыночной властью.
  3. Влияние структурной концентрации на результаты функционирования рынка.
  4. Методические подходы к оценке состояния конкурентной среды на отдельных товарных рынках.
  5. Динамика уровня концентрации производства в отраслях промышленности России (на примере различных отраслей);
  6. Динамика уровня концентрации производства в сфере услуг (на примере конкретных рынков);
  7. Динамика уровня концентрации производства в отраслях промышленности США, Японии и др. Европейских странах.
4. Подготовится к решению задач.

#### Тема 5. Горизонтальное взаимодействие: монополия и конкуренция

1. Конкуренция и соперничество
2. Эффективность конкурентных рынков
3. Монополия и монопольная власть
4. Оценка чистых потерь монополии. Альтернативные издержки монополизации. X-неэффективность монополии.

#### Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:
  1. Дайте определение рынка. Какие типы рыночных структур Вы знаете?
  2. Определите основные типы границ рынка, покажите их особенности для товаров разных типов.
  3. Охарактеризуйте различные подходы к пониманию рыночной конкуренции.
  4. В чем проявляется эффективность конкурентных рынков?
  5. Каким образом устанавливается цена на монопольном рынке?
  6. Почему величина монопольной прибыли относится к потерям общества?

7. Что представляют собой альтернативные издержки монополизации?

8. В чем проявляется X-неэффективность монополии?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы.

Тест 1. Стоимостная функция для компании задается выражением  $C(Q) = 5 + Q^2$ . Компания действует на рынке с совершенной конкуренцией, где ее продукция продается по цене 40 долл. за штуку. Каков должен быть объем выпускаемой продукции у этой компании, чтобы ее прибыль была максимальной?

- а. 10 единиц,
- б. 20 единиц,
- в. 30 единиц.

Тест 2. Обратная функция спроса и стоимостная функция у компании-монополиста задаются выражениями:  $P = 5 - Q$ ,  $C(Q) = 3Q$ . Если компания хочет получить максимальные общие поступления, какую цену она должна установить на свою продукцию?

- а. 3 рубля,
- б. 4 рубля,
- в. 2,5 рубля.

Тест 3. Основным различием между монополией и монополистической конкуренцией является:

- а. доступ на рынок для новых участников и возможность ухода с него действовавших там компаний,
- б. число компаний, действующих на рынке,
- в. а и б ,
- г. ни одно из указанных условий.

Тест 4. Какое из следующих утверждений не соответствует

действительности?

- а. монополист выбирает объем выпускаемой им продукции из диапазона, соответствующего неэластичному участку спроса,
- б. монополист может получать нулевую экономическую прибыль,
- в. чем выше эластичность спроса, тем ближе предельные поступления к цене,
- г. в краткосрочном плане монополия прекратит производство своей продукции если  $P < AVC$ , т.е. если цена будет ниже средних переменных издержек.

Тест 5. В долгосрочном плане компания, действующая на рынке с совершенной конкуренцией,

- а. устанавливает цену на свою продукцию равной предельным издержкам на ее производство,
- б. вводит дополнительные производственные мощности,
- в. выпускает продукцию с минимальными средними общими издержками,
- г. а и в.

Тест 6. Вы менеджер компании-монополиста, кривая спроса на продукцию которой за выражением  $P = 5 - 5Q$ . Ваши издержки составляют  $C = 5 + 4Q$ . Объем выпуск продукции, при котором ваша компания получает максимальную прибыль, равен:

- а. 1/10.
- б. 1.
- в. 5.
- г. Ни одному из приведенных значений.

Тест 7. Вы менеджер компании, которая может продать каждую дополнительную единицу своей продукции за 5 долл. На основании этой информации можно сделать вывод, что ваша компания

- а. монополист

б. монополистически конкурентная

в. может быть и монополистом и монополистически конкурентной

г. совершенная конкуренция

Тест 8. Основным различием между монополистической конкуренцией и олигополией является

а. высокие барьеры входа на рынок для новых участников,

б. число компаний, действующих на рынке,

в. а и б,

г. ни одно из указанных условий.

3. Подготовить доклады по темам:

1. Потери общества от монополии: подходы к определению и измерению. Монополия. Неэффективность монопольного ценообразования. Альтернативные теории (Шумпетер. Австрийская школа).
2. Понятие, целесообразность существования естественных монополий.
3. Проблемы развития конкуренции в отраслях естественных монополий (на примере электроэнергетики, железнодорожного транспорта или телекоммуникаций – по выбору студентов).
4. Методы тарифного регулирования в отраслях естественных монополий.
5. Неэффективность тарифного регулирования в отраслях естественных монополий.
6. Истоки монополизма в российской экономике (экономические, политические и технологические).
7. Рыночная власть – положительные и отрицательные эффекты.
8. Власть монополии и осознанное антиконкурентное поведение.
9. Цели, методы и проблемы конкурентной политики, нацеленной на борьбу с ценовым сговором.
10. Основные направления демонополизации в отдельных сферах естественных монополий.

## 11.Ценовая дискриминация, благосостояние и конкуренция.

4. Подготовиться к дискуссии на тему «Монополия и конкуренция: какая структура рынка наиболее эффективна?».

Цель дискуссии как одной из форм учебных занятий - проверка уровня теоретических знаний студентов по определенному разделу (теме) учебной дисциплины.

В ходе самостоятельного изучения темы необходимо дать ответы на приведенный выше в данных методических рекомендациях перечень вопросов.

5. Подготовится к решению задач.

### Тема 6. Стратегическое поведение олигополии

- 1.Общая характеристика олигополистической структуры.
- 2.Независимое поведение олигополистов: объемная конкуренция. Модель дуополии Курно.
- 3.Модель дуополии Штакельберга.
4. Ценовая конкуренция. Модель Бертрана.
5. Модель Эджворта.

### Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:
  1. Охарактеризуйте особенности рынка олигополии, выделите основные черты.
  2. Как осуществляется конкуренция фирм на рынке при ограниченности производственной мощности каждой фирмы?
  3. Каким образом поведение фирм может служить источником информации о рынке для их конкурентов?
  4. В каких случаях сотрудничество фирм на рынке выгоднее, чем их конкуренция, с точки зрения фирм? С точки зрения общества в целом? С точки зрения потребителей?
  5. В чем суть модели дуополии Штакельберга?

6. В чем заключается парадокс Бертрана?

7. В чем сущность модели Эджворта?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы

Тест 1. На олигополистических рынках...

а. некоторые фирмы могут влиять на цену благодаря их большим долям в общем выпуске товара,

б. фирмы являются ценополучателями и не могут влиять на цену,

в. цена устанавливается доминирующей фирмой.

Тест 2. Истинно или ложно утверждение: каждая фирма - олигополист в отрасли признает, что изменение ее цены или выпуска вызовет реакцию со стороны других фирм.

а. истинно,

б. ложно.

Тест 3. Какое из следующих условий необходимо для олигополии Штакелберга?

а. в отрасли действует всего несколько компаний,

б. существуют барьеры, препятствующие выходу на рынок другим участникам,

в. одна компания («зачинщик») выбирает значение объема выпускаемой продукции до того, как это сделают остальные участники рынка,

г. компании выпускают либо однородные, либо дифференцированные товары,

д. все приведенные выше утверждения являются необходимыми для олигополии Штакелберга.

Тест 4. С точки зрения потребителя, какой тип рыночной структуры является для него наименее желательным?

а. олигополия Бертрана,

б. олигополия Курно,

в. олигополия Штакелберга,



г. монополия.

Тест 5. Как вы полагаете, в каком случае можно ожидать самой низкой прибыли при прочих равных условиях:

- а. при однородном продукте на рынке типа олигополии Бертрана,
- б. на рынке типа олигополии Курно,
- в. у «зачинщика» на рынке типа олигополии Штакелберга,
- г. у «преследователя» на рынке типа олигополии Штакелберга.

Тест 6. Истинно или ложно утверждение: на рынке типа олигополии Бертрана каждая компания полагает, что конкуренты не будут менять объемы выпускаемой ими продукции, если она их изменит?

- а. истинно,
- б. ложно.

3. Подготовится к решению задач.

Тема 7. Олигопольная координация: способствующие и ограничивающие условия

- 1. Открытые и тайные соглашения
- 2. Модель картеля
- 3. Факторы, способствующие и ограничивающие образование картеля
- 4. Олигопольная координация и результаты функционирования рынка
- 5. Лидерство в ценах
- 6. Эвристическое ценообразование как инструмент координации

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

- 1. Какова история тайных соглашений? изобретение ли это наших дней?
- 2. Какие проблемы возникают при соглашении по цене? Кто в этих условиях оказывается в более выгодном положении: фирма с низкими или более высокими ценами?

3. Какие меры Вы бы предложили для преодоления ценовых нарушений в картеле?

4. Существует мнение, что наиболее надежным способом установления ценовой монополии на уровне фирмы является объединение всех реальных и потенциальных производителей в одну фирму. Согласны ли Вы с ним? Аргументируйте свой ответ.

5. Когда картели являются стабильными? Нестабильными? Почему?

6. Как Вы думаете в чем состоят особенности картеля в отрасли с дифференцированным товаром? Является ли такой картель стабильным?

7. Расскажите о концепции лидерства в ценах.

8. Дайте определение эвристическому ценообразованию. Приведите примеры.

9. Какие способы поддержания дисциплины в отрасли при установлении или изменении цен Вы могли бы указать? Какие из них, на ваш взгляд, наиболее эффективны?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы

3. Подготовить доклады по темам:

Тест 1. Укажите фактор, препятствующий образованию картеля в отрасли:

- а. однородная продукция фирм,
- б. различные доли рынка, которыми владеют фирмы,
- в. сходство технологических процессов.

Тест 2. Сохранение картельного соглашения тем выгоднее фирме,

- а. чем выше вероятность повторных продаж на рынке,
- б. чем меньше выигрыш, который может получить фирма в краткосрочном периоде благодаря нарушению картельного соглашения,
- в. чем меньше потери, которые фирма понесет в результате согласованных действий других участников картеля.

Тест 3. Истинно или ложно утверждение: картель является средством уменьшения риска колебания цен, поскольку выпуск нормируется во время подъема и поддерживается за счет квот при спаде.

- а. истинно,
- б. ложно.

Тест 4. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, равный 10000, означает, что имеет место

- а. картель,
- б. монополистическая конкуренция,
- в. совершенная конкуренция,
- г. олигополия.

Тест 5. Истинно или ложно утверждение: сознательный параллелизм имеет место, когда каждая фирма сознательно решает, без официальных переговоров и соглашений, что сотрудничество, а не соперничество с конкурентами лучше всего отвечает ее интересам.

- а. истинно,
- б. ложно.

Тест 6. При барометрическом ценообразовании ценовой лидер

- а. устанавливает примерно те же цены, которые складываются под действием конкуренции,
- б. устанавливает более высокие цены, чем у конкурентов,
- в. устанавливает цены по договоренности с конкурентами.

Тест 7. Главной причиной возникновения картелей является

- а. стремление к максимизации прибыли,
- б. отсутствие государственного регулирования,
- в. отсутствие барьеров входа-выхода.

Тест 8. К методам предотвращения нарушения картельного соглашения

не относятся:

- а. контроль ценовых показателей,
- б. разделение рынка сбыта между фирмами-участницами картеля,
- в. создание и поддержание высоких барьеров для вхождения на рынок,
- г. штрафы и снижение квоты выпуска,
- д. создание пула,
- ж. создание ассоциаций и агентств, берущих на себя сложные функции, координации поведения участников,
- и. все методы применимы.

3. Подготовить доклады по темам:

1. Сознательный параллелизм поведения - положительные и отрицательные эффекты.
2. Картель как способ снижения напряженности конкуренции и повышения эффективности производства.
3. Вертикальная интеграция в олигополистических отраслях - положительные и отрицательные эффекты.
4. Горизонтальная интеграция (слияние компаний): ее влияние на рост концентрации производства и результативность деятельности предприятий и отраслей.
5. Активизация процессов горизонтальных слияний компаний в российской экономике.
6. Фирмы координации деятельности между участниками рынка.

4. Подготовиться к дискуссии на тему «Какая структура рынка наиболее эффективна - кооперативная или некооперативная олигополия?».

Цель дискуссии как одной из форм учебных занятий - проверка уровня теоретических знаний студентов по определенной теме учебной дисциплины.

В ходе самостоятельного изучения темы необходимо дать ответы на приведенный выше в данных методических рекомендациях перечень вопросов.

5. Подготовиться к решению задач.

Тема 8. Рынок с доминирующей фирмой

- 8.1. Понятие доминирующей фирмы
- 8.2. Ценообразование в краткосрочном периоде
- 8.3. Модель ценообразования в отрасли с открытым входом
- 8.4. Статические модели ценообразования, ограничивающего вхождение фирм в отрасль
- 8.5. Динамическая модель ценообразования, ограничивающего вхождения новых фирм в отрасль
- 8.6. «Грабительское ценообразование»
- 8.7. Поведение доминирующей фирмы в условиях колеблющегося спроса
- 8.8. Факторы, определяющие поведение на рынке доминирующей фирмы
- 8.9. Система сигналов и иррациональное поведение фирмы

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

1. В каких случаях фирма, действующая на данном рынке, считается доминирующей? Какие критерии здесь применяются?
2. Почему возникает доминирование?
3. Каким образом действует фирма-ценовой лидер?
4. Каковы условия возникновения «ценового зонтика»? Для каких фирм возникает это явление?
5. Каковы параметры равновесия на рынке с доминирующей фирмой при свободном входе и выходе других фирм с рынка?
6. Каковы условия эффективности доминирующей фирмы с точки зрения общества?
7. В каком случае потери общества выше: в условиях монополии или в условиях доминирующей фирмы? Почему?
8. Каким образом доминирующая фирма использует ценообразование, ограничивающее вход, для максимизации своей прибыли?
9. Почему возникает ситуация «самоубийственного» ценообразования?

10. Какие неценовые факторы рынка использует доминирующая фирма?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы.

Тест 1. Характеристикой рынка с доминирующей фирмой не является

- а. наличие одного участника, обладающего монопольной властью,
- б. дифференциация продукции,
- в. низкий уровень концентрации производства,
- г. наличие фирм-аутсайдеров.

Тест 2. Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара составляет

- а. 35 %,
- б. 65 %,
- в. 45 %.

Тест 3. Причиной существования доминирующих фирм не является:

- а. технологический фактор, обеспечивающий фирме преимущества в издержках производства по сравнению с фирмами-аутсайдерами,
- б. преимущества в качестве товара,
- в. более высокие издержки производства по сравнению с фирмами-аутсайдерами,
- г. в качестве доминирующей фирмы на конкурентном рынке, может выступать группа фирм заключивших картельное соглашение.

Тест 4. И модель Штаккельберга, и модель Форхаймера предполагают...

- а. наличие у фирмы-лидера информации о функции отзыва конкурентного окружения, а также непроницаемость барьеров для новых фирм-аутсайдеров,
- б. отсутствие у фирмы-лидера информации о функции отзыва конкурентного окружения, а также отсутствие барьеров для новых фирм-аутсайдеров.

Тест 5. В долгосрочном периоде для доминирующей фирмы возникает необходимость выбора стратегии поведения, заключающейся

- а. либо в максимизации прибыли без учета последствий входа новых конкурентов,

б. либо в установлении цены, устраняющей стимулы вхождения в отрасль (что аналогично увеличению входных барьеров),

в. а) или б)

Тест 6. С точки зрения общественного благосостояния регулирование рынка с доминирующей фирмой является

а. излишним,

б. необходимым.

Тест 7. Примером доминирующей фирмы в отрасли с открытым входом является

а. модель Эджворта,

б. модель Бертрана,

в. модель Штаккельберга.

Тест 8. Чтобы сохранить доминирующее положение на рынке в долгосрочном периоде, необходимо проведение соответствующей политики,

а. препятствующей доступу в отрасль потенциальных конкурентов и ориентирующейся на максимизацию долгосрочной прибыли,

б. препятствующей доступу в отрасль других доминирующих фирм и ориентирующейся на максимизацию краткосрочной прибыли.

Тест 9. Выталкивающее ценообразование - это когда доминирующая фирма

а. способна понизить цену ниже уровня средних издержек фирм-аутсайдеров,

б. способна повысить цену выше уровня средних издержек фирм-аутсайдеров.

Тест 10. Грабительское ценообразование означает установление доминирующей фирмой цены,

а. меньшей, чем средние издержки потенциальных конкурентов с целью достижения монопольного положения, создавая высокие входные барьеры,

б. меньшей, чем предельные издержки потенциальных конкурентов с целью снижения входных барьеров.

3. Подготовить доклады по темам:

1. Доминирующая фирма. Проконкурентная политика в отношении доминирующих фирм.
2. Доминирующая фирма и результаты функционирования рынка.
3. Примеры доминирующих фирм в различных отраслях промышленности.
4. подготовиться к решению практических задач

#### Тема 9. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка

- 9.1. Природа и определение барьеров входа-выхода. Классификация отраслевых барьеров.
- 9.2. Нестратегические барьеры
- 9.3. Стратегические барьеры
- 9.4. Проникновение в отрасль и его торможение

#### Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

1. Дайте определение барьерам входа (выхода). Какие виды барьеров Вы знаете?
2. Каким образом барьеры влияют на структуру отраслевого рынка?
3. Объясните, какое влияние оказывают барьеры на интенсивность конкурентной борьбы в отрасли?
4. С помощью каких показателей оцениваются барьеры?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы.

#### Тест 1. Барьеры входа на рынок - это:

- а. пути решения проблем, которые возникают при вступлении фирмы в отрасль.
- б. любые факторы и обстоятельства, препятствующие новым агентам вступить на данный товарный рынок и на равных конкурировать с уже действующими на нем агентами.
- в. любые факторы и обстоятельства, свидетельствующие о том, что фирма никогда не сможет вступить в данную отрасль.



Тест 2. Барьеры входа на рынок разделяются на:

- а. нестратегические и общественные,
- б. стратегические и тактические,
- в. стратегические и нестратегические.

Тест 3. Стратегические барьеры создаются:

- а. деятельностью самой фирмы,
- б. условиями отрасли,
- в. потребителями.

Тест 4. Капиталоемкость, как причина возникновения барьеров входа, подразумевает:

- а. невозможность вложения сразу всех необходимых средств для начала эффективной деятельности фирмы в отрасли,
- б. невозможность вступления в данную отрасль, вследствие ее переполненности капиталом,
- в. невозможность преодоления ценового барьера фирмой.

Тест 5. Чем выше барьеры входа в отрасль, тем...

- а. выше угроза выхода на рынок новых компаний,
- б. ниже угроза выхода на рынок новых компаний,
- в. выше конкуренция в отрасли.

Тест 6. Ноу-хау можно назвать...

- а. снижением конкурентоспособности товара,
- б. стратегией фирмы,
- в. барьером входа в отрасль.

Тест 7. Экономия от масштаба производства рассматривается «новичками» как...

- а. барьер входа на рынок,
- б. преимущество перед укоренившимися фирмами.

Тест 8. Стратегические барьеры могут включать:

- а. патенты, лицензии, конкуренция со стороны уже существующих в отрасли

фирм,

б. патенты, лицензии, наличие прочных деловых связей и неформальных отношений с поставщиками ресурсов и покупателями товара,

в. наличие прочных деловых связей и неформальных отношений с поставщиками ресурсов и покупателями товара, иностранная конкуренция, спрос потребителей.

Тест 9. Диверсификация деятельности - это...

а. комбинации различных направлений деятельности,

б. совершенствование управления фирмой,

в. реорганизация компании .

3. Подготовить доклады по темам:

1. Показатели входа, выхода и изменения концентрации в отдельных отраслях и рынках России (на примере отдельных рынков).

2. Барьеры входа на рынок: развитие концепции в экономической литературе, выводы для конкурентной политики.

4. Изобразите схематично классификацию стратегических и нестратегических барьеров.

Тема 10. Дифференциация продукта, структура рынка и конкуренция

10.1. Дифференциация продукта и реклама

10.2. Взаимосвязь структуры рынка и расходов на рекламу

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

1. Какие типы дифференциации продукта Вам известны? Как связаны стратегии фирм на рынке с особенностью продуктовой дифференциации?

2. Какова взаимосвязь структуры рынка и расходов на рекламу?

3. Какая взаимосвязь существует между рекламой, рыночной властью и уровнем прибыли?

4. Каким образом расходы на рекламу влияют на уровень концентрации производства?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы.

Тест 1. Дифференциацию продукции разделяют на

- а. действительную и искусственную,
- б. действительную и естественную.

Тест 2. Действительная дифференциация предполагает

- а. различие товара по физическим и функциональным характеристикам,
- б. удобство месторасположения источника продажи товаров и услуг.

Тест 3. Искусственная дифференциация предполагает

- а. различия имиджа, торговой марки, что обеспечивается рекламированием,
- б. физические характеристики и различия в качестве продукта.

Тест 4. Если производители продукции конкурируют посредством рекламы продукции и увеличения торговых марок в большей степени, чем посредством снижения цен и улучшения качества, то такая конкуренция называется

- а. расточительной с общественной точки зрения,
- б. экономной с общественной точки зрения.

Тест 5. Реклама может

- а. укрепить позиции в конкуренции,
- б. сделать конкуренцию менее совершенной,
- в. и то и другое.

Тест 6. Реклама способствует

- а. формированию сильного имиджа товарной марки,
- б. установлению монопольной власти,
- в. снижению прибыльности отрасли.

Тест 7. Установите взаимосвязь между структурой рынка и уровнем расходов на рекламу.

- а. структура рынка также может воздействовать на уровень рекламных

расходов,

б. расходы на рекламу оказывают воздействия на структуру рынка,

в. оба варианта верны.

## Тема 11. Структура рынка и технологические инновации

11.1. Промышленные инновации

11.2. Стимулы к инновациям и способы защиты нововведений

11.3. Издержки и риск НИОКР

11.4. Инновации при монополии и совершенной конкуренции и общественное благосостояние

11.5. Инновации в модели олигополии и монополистической конкуренции. Патентные гонки

11.6. Инновации и структура рынка

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

1. Каким образом промышленные инновации влияют на структуру рынка?

2. Когда существуют стимулы к инновациям, и, какие способы защиты нововведений Вы знаете?

3. Как соотносятся между собой издержки и риск НИОКР?

4. Каким образом инновации при монополии и совершенной конкуренции влияют на общественное благосостояние?

5. Охарактеризуйте инновации в модели олигополии и монополистической конкуренции. Что такое патентные гонки?

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы.

Тест 1. Концепцию влияния инноваций на развитие экономики разработал

а. Шумпетер

б. Бейн

в. Кондратьев.

Тест 2. Инновационная деятельность предполагает

- а. «необратимые» издержки,
- б. транзакционные издержки,
- в. транспортные издержки.

Тест 3. При технологической инновации общественная выгода состоит в

- а. производстве товаров с меньшими затратами,
- б. продаже товаров по низким ценам,
- в. отсутствии потерь общественного благосостояния.

Тест 4. Введение продуктовой инновации имеет место

- а. в случае, когда потенциал прибыли на уже существующих рынках исчерпан,
- б. когда ставится цель завоевания фирмой доминирующего положения на рынке и получения экономической прибыли.

Тест 5. Определите взаимосвязь «инновации - структура отрасли»:

- а. структура отрасли определяет уровень инноваций,
- б. инновации влияют на структуру, поскольку в результате инновации фирма получает монополию на определенном сегменте рынка,
- в. оба варианта верны.

Тест 6. Практика показывает, что инновации вызваны

- а. конкуренцией между фирмами,
- б. стремлением фирм-монополистов к упрочению своего положения на рынке,
- в. наличием барьеров в отрасли.

Тема 12. Теория и практика антимонопольной политики

- 12.1. Виды государственной политики
- 12.2. Естественная монополия
- 12.3. Государственное регулирование естественных монополий
- 12.4. Внедрение конкуренции на рынок естественной монополии
- 12.5. Антимонопольное регулирование в США
- 12.6. Антимонопольное законодательство Российской Федерации
- 12.7. Особенности антимонопольной политики стран Западной Европы

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Подготовить устный ответ на контрольные вопросы по теме:

- 1. Какие виды государственной антимонопольной политики Вы знаете?
- 2. Охарактеризуйте признаки естественной монополии.
- 3. Как осуществляется государственное регулирование естественных монополий в области ценообразования?
- 4. Возможно ли внедрение конкуренции на рынке естественной монополии?
- 5. Опишите задачи антимонопольного регулирования в США.
- 6. Охарактеризуйте антимонопольное законодательство Российской Федерации.
- 7. Охарактеризуйте особенности антимонопольной политики стран Западной Европы.

2. Тестовые задания для самостоятельного контроля уровня подготовки студентами вопросов темы.

Тест 1. Характеристикой наступательной пассивной отраслевой политики не является:

- а. ограничение и борьба с монопольной властью,
- б. содействие конкретным типам экономической активности,
- в. государственный контроль над потоками капитала в экономике,
- г. создание благоприятного экономического климата.

Тест 2. Закон «О конкуренции...» не запрещает:

- а. фиксирование цен,
- б. ограничение предложения с целью завышения рыночных цен,
- в. горизонтальные слияния, ограничивающие конкуренцию, если совокупная доля рынка объединяющихся предприятий не превышает 35%,
- г. ограничения покупки: запрет заказчикам покупок у других производителей,
- д. связанные продажи.

Тест 3. Цели антимонопольного регулирования можно сгруппировать следующим образом:

- а. эффективное распределение ресурсов,
- б. предотвращение создания или ликвидация уже существующих рыночных структур, чье поведение приводит к неэффективному распределению ресурсов,
- в. содействие доминирующим фирмам,
- г. предотвращение ценовой дискриминации,
- д. помощь фирмам-аутсайдерам.

Тест 4. Для естественной монополии характерно снижение средних издержек производства...

- а. с увеличением выпуска,
- б. при снижении объемов производства,
- в. при снижении валовых издержек,

Тест 5. Причиной возникновения естественной монополии не является:

- а. особенности технологии, обладающей положительной отдачей от масштаба при любом объеме выпуска,
- б. экономия на разнообразии многопродуктовой фирмы,
- в. низкие барьеры входа (выхода) в отрасль,
- г. недостаточная емкость рынка по сравнению с минимально эффективным выпуском.

Тест 6. Для многопродуктовой фирмы могут быть характерны виды экономии:

- а. экономия на масштабе производства всего товарного набора или экономия на разнообразии,

- б. экономия на масштабе производства каждого конкретного товара благодаря положительной отдаче от масштаба,
- в. и то и другое.

Тест 7. Для устойчивой естественной монополии не характерно:

- а. высокие необратимые издержки входа,
- б. небольшой масштаб производства,
- в. продолжительное время, необходимое потенциальному конкуренту для проникновения на рынок.

Тест 8. Ценой, обеспечивающей Парето-эффективное равновесие на рынке, является цена...

- а. равная предельным издержкам,
- б. равная средним издержкам,
- в. равная валовым издержкам.

Тест 9. Цена Рамсея для однопродуктового монополиста называется

- а. социально справедливой ценой,
- б. социально несправедливой ценой.

Тест 10. Первый антитрестовский закон в США - это

- а. закон Шермана,
- б. закон Клейтона,
- в. закон Селлера.

1.3. Список библиографических источников для подготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам учебной дисциплины

#### 1.3.1. Основная литература

##### **а) учебники**

1. Авдашева, Светлана Борисовна. Теория организации отраслевых рынков: Учебник/ Ин-т «Открытое о-во».- М.: Магистр, 1998.- 320 с.: ил.-23.00
2. Рой, Л. В. Анализ отраслевых рынков : учебник / Л. В. Рой, В. П. Третьяк. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 441 с.



3. Шерер, Ф. М. Структура отраслевых рынков: Учебник для вузов: Пер. с англ./ Шерер Ф.М., Росс Д.; Экон. фак. МГУ им. М.В. Ломоносова.-М.: ИНФРА-М, 1997.-698 с.: ил.- (Университетский учебник) . – ISBN 5862255850: 69.00 ч/з № 2, учеб.аб.

**б) учебные пособия:**

4. Басовский, Л. Е. Экономика отрасли : учеб. пособие / Л. Е. Басовский .- М. : ИНФРА-М, 2009. - 144 с.
5. Гусев, Ю. В. Экономика отрасли : (теория организации промышленности) : учеб. пособие / Ю. В. Гусев, В. И. Мамонов, В. В. Горошко. - Новосибирск : [Изд-во НГУЭУ], 2007 .- 298 с.
6. Джуха, В. М. Экономика отраслевых рынков : учеб. пособие / В. М. Джуха, А. В. Курицын, И. С. Штапова .- Ростов н/Д : Феникс, 2010 .- 253 с. (УМО)
7. Поздняков, В. Я. Экономика отрасли : учеб. пособие / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 307 с. (УМО)
8. Розанова, Н. М. Экономика отраслевых рынков : учеб. пособие / Н. М. Розанова. - М. : ЮРАЙТ, 2010. - 906 с.
9. Теория фирмы/Под ред. В.М. Гальперина.- СПб.: Экономическая школа,1995 - 534с.
- 10.Томпсон, Артур. Экономика фирмы: Учеб. пособие/Томпсон Артур, Формби Джон; Пер. с англ. под общ. ред. Шленова Ю.В.- М. : БИНОМ, 1998.- 540 с.: ил., таб.- ISBN5798900517: 32.00 ч/з №2, ч/з №3, науч. аб.

**в) методическая литература:**

1. Мамонов, В. И. Экономика отрасли (машиностроение) : учебно-метод. комплекс по специальностям 080502 "Экономика и управление на предприятиях машиностроения" / В. И. Мамонов, С. Н. Любященко. - Новосибирск, 2006 .- 150 с.
2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов очной формы обучения;
3. Методические указания по организации самостоятельной работы

студентов заочной формы обучения;

4. Методические указания по выполнению контрольных работ студентами заочной формы обучения.

**г) научная литература:**

1. Хэй, Дональд. Теория организации промышленности: В 2-х т. Т. 1./ Пер. с англ. под ред. А.Г. Слуцкого.- СПб.: Экономическая школа, 1999- 590с.- (Библиотека «Экономической школы». Вып.24).- ISBN 5900428397: 154.00
2. Хэй, Дональд. Теория организации промышленности: В 2-х т. Т. 2./ Пер. с англ. под ред. А.Г. Слуцкого.- СПб.: Экономическая школа, 1999- 590с.- (Библиотека «Экономической школы». Вып.24).- ISBN 5900428397: 154.00

**1.3.2. Дополнительное обеспечение**

**а) учебники:**

1. Тироль, Жан. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности/Тироль Жан; под ред. В. М. Гальперина, Л.С. Тарасевича.- СПб.: Экон.шк., 1996.-745 с.-ISB N 5900428281: 100000 ч/з №2

**б) учебные пособия:**

1. Тарануха, Ю.В. Экономика отраслевых рынков (в структурно-логических схемах): Учебно-методическое пособие / Под общей редакцией д.э.н., проф. А.В. Сидоровича; МГУ им. Ломоносова. – М.: Изд. «Дело и Сервис», 2002. – 240 с.
2. Хитер, К. Экономика отраслей и фирм: Пер. с англ./Учеб. Пособие.- М.: Финансы и статистика, 2004. – 480 с.
3. Экономика отрасли: (учеб.пособие / А.С. Пелих, В.М. Джуха, А.В. Курицин и др.); Под ред. А.С. Пелиха. Ростов н/Д:Феникс, 2003. – 446 с.- «Учебники и учебное пособие».- ISBN 5222028569:72.00.

## РАЗДЕЛ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ ВИДОВ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Согласно Рабочим учебным планам подготовки студентов очной формы обучения (3 года обучения) по направлению 080100 «Экономика», профилям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит» предусмотрено выполнение двух расчетно-графических работ, двух эссе как запланированных видов самостоятельной работы.

Согласно Рабочим учебным планам подготовки студентов очной формы обучения по направлению подготовки 080100 «Торговое дело», профилю «Маркетинг в торговле» и без профиля предусмотрено выполнение расчетно-графической работы (РГР 1).

Расчетно-графическая работа – это самостоятельная письменная работа студента, в основе которой лежит решение сквозной задачи, охватывающей несколько тем дисциплины, включает расчеты, обоснования и выводы. Цель РГР – получить специальные знания и продемонстрировать навыки их практического применения.

Цель выполнения эссе по учебной дисциплине «Теория отраслевых рынков» на заданную тему – выработка и развитие навыков творческого мышления в области экономики и финансов.

## 2.1. Задания для выполнения эссе 1, 2

Студентами должны быть выполнены два эссе по заданным темам:

1. Тенденции концентрации производства в отраслях промышленности России и других стран (на примере отдельных отраслей).
2. Монополия и конкуренция: какая структура рынка наиболее эффективна?

## 2.2. Требования к структуре, объему и содержанию эссе

Рекомендуемая структура эссе должна состоять из следующих самостоятельных, но взаимосвязанных элементов:

– Введение. Здесь должна быть отражена актуальность раскрываемой в работе проблемы, сформулирована цель предстоящего исследования, средства и способы ее достижения.

– Основная часть. Содержит текстовое описание результатов проведенного исследования. Ее содержание должно максимально емко отражать существо поставленной проблемы, степень ее проработанности учеными, специалистами и аналитиками. Кратко и логично следует подвести изложение к обозначению собственного взгляда на проблему и определению авторской позиции. Требуется представление объективных фактов и обоснованных положений, подтверждающих правомочность существования авторского подхода к решению рассматриваемой проблемы.

– Заключение. Это обоснованный итог полученным в ходе исследования результатам и сделанным выводам.

Объем эссе не должен превышать десяти страниц.

Содержание данного вида самостоятельной работы студентов должно быть информативным, емким и в тоже время лаконичным, понятным и логично выстроенным. Информация, используемая для анализа и обоснования выводов должна быть объективной и релевантной.

## 2.3. Общие требования к выполнению эссе

Вариативность в выборе тем эссе в рамках учебной дисциплины «Теория отраслевых рынков» не предусмотрена.

При выполнении эссе следует руководствоваться библиографическим списком Рабочей программы учебной дисциплины. Также необходимо умение работать с библиотечным фондом университета. Для целей анализа могут быть использованы материалы СМИ.

Эссе выполняются в течение семестра. Срок представления работы на кафедру – за две недели до завершения учебного процесса в рамках соответствующего семестра учебного года. Срок проверки эссе преподавателем - 10 календарных дней с момента предоставления студентом данного вида работы на кафедру.

#### 2.4. Критерии оценки эссе

Эссе может быть оценено положительно если:

- содержание соответствует заданной теме;
- текст лаконичен по форме, но емок по содержанию;
- четко прослеживается индивидуальная авторская позиция;
- тезисы, положения и сделанные выводы объективны и обоснованы;
- не вызывает сомнений самостоятельность выполнения работы;
- соблюдены все формальные требования.

#### 2.5. Требования к форме представления эссе

При необходимости на каждом из этапов выполнения эссе студентом может быть получена индивидуальная консультация у преподавателя в целях устранения потенциально возможных ошибок и несоответствий. По факту представления работы на кафедру, эссе считается завершенным видом самостоятельной работы студента.

Представление эссе на кафедру обязательно должно быть в виде распечатанного машинописного текста, оформленного в соответствии с установленными требованиями (см. Приложение 1).

## 2.6. Требования к структуре, объему и содержанию расчетно-графической работы № 1

Рекомендуемая структура РГР должна состоять из следующих самостоятельных, но взаимосвязанных элементов:

– Введение. Здесь должна быть отражена актуальность раскрываемой в работе проблемы, сформулирована цель предстоящего исследования, средства и способы ее достижения.

– Основная часть. Содержит необходимые расчеты и графики и включает следующие разделы:

1. Расчёт заданной производственной функции
2. Анализ издержек фирмы
3. Построение кривой предложения фирм
4. Анализ параметров деятельности фирм на различных типах рынков
  - 4.1. Рынок совершенной конкуренции
  - 4.2. Рынок олигополии
  - 4.3. Картель

– Заключение. Заключение содержит текстовое описание результатов проведенного исследования. Кратко и логично следует подвести изложение к обозначению собственного взгляда на проблему и определению авторской позиции.

Содержание данного вида самостоятельной работы студентов должно быть информативным, емким и в тоже время лаконичным, понятным и логично выстроенным. Информация, используемая для анализа и обоснования выводов должна быть объективной.

## 2.7. Задания для выполнения расчетно-графической работы № 1

Выбор варианта практической задачи осуществляется по последней цифре зачетной книжке (таблица 1).

### Исходные данные.

Пусть на рынке функционируют три фирмы, функция производства которых имеет вид  $q(R_{\text{перем.}}) = \sqrt{k \times R_{\text{перем.}} + d^2} - d$ , где  $R_{\text{перем.}}$  – единицы переменного ресурса,  $q(R_{\text{перем.}})$  – выпуск продукции.

Цена постоянных и переменных ресурсов:

$$P_{\text{пост.}} = 4000 \left[ \frac{\text{руб.}}{\text{ед}} \right], \quad P_{\text{перем.}} = 5000 \left[ \frac{\text{руб.}}{\text{ед}} \right].$$

Расчет значений  $k$  и  $d$  для трех фирм:

- Фирма 1:  $k_1$ ;  $d_1$   
Фирма 2:  $k_2 = 1,5 \times k_1$ ,  $d_2 = 0,5 \times d_1$   
Фирма 3:  $k_3 = 0,75 \times k_2$ ,  $d_3 = 1,5 \times d_2$

Таблица 1 – выбор варианта

Номер в зачетной книжке – номер варианта	k	d
1	10000	15
2	11000	16
3	12000	17
4	13000	18
5	14000	19
6	15000	20
7	16000	21
8	17000	22
9	18000	23
10	19000	24
11	19500	25
12	20000	10
13	20500	11
14	21000	12
15	21500	13
16	22000	14
17	22500	15
18	30000	10
19	30500	11
20	40000	12

21	40500	13
22	50000	14
23	50500	10
24	60000	11
25	60500	12
26	70000	13
27	70500	14
28	80000	15
29	80500	10
30	90000	11

### Задание

1) Рассчитайте параметры заданной производственной функции для каждой фирмы и заполните таблицы. Постройте графики выработки, непрерывного предельного продукта, среднего продукта по переменному ресурсу.

Таблица 1 - Фирма 1

N п/п	Единицы постоянного ресурса R пост.	Единицы переменного ресурса R перем.	Количество выработки q	Дискрет.пред продукт ΔMP	Непрер.пред. продукт MP	Средний продукт по перем.ресурсу AP
1	5	0	0	-		0
2	5	1				
3	5	2				
4	5	3				
5	5	4				
6	5	5				
7	5	6				
8	5	7				
9	5	8				
10	5	9				

Дискретный предельный продукт ΔMP - это прирост выработки в результате изменения переменного ресурса.

$$\Delta MP(R_{\text{перем.}} + \Delta R; R_{\text{перем.}}) = \frac{q(R_{\text{перем.}} + \Delta R) - q(R_{\text{перем.}})}{(R_{\text{перем.}} + \Delta R) - R_{\text{перем.}}}$$

Непрерывный предельный продукт показывает степень изменения совокупной выработки при изменении за период переменного ресурса.

Непрерывный предельный продукт рассчитывается как производная от функции производства:



$$MP = q'(R_{\text{перем.}})$$

$$q'(R_{\text{перем.}}) = \frac{k}{2 \times \sqrt{k \times R_{\text{перем.}} + d^2}};$$

Средний продукт по переменному ресурсу (AP) есть средняя выработка на единицу переменного ресурса. Рассчитывается по формуле:

$$AP = \frac{q}{R_{\text{перем.}}}$$

## 2) Анализ издержек

Рассчитайте издержки (таблица 2), постройте графики кривых издержек, сделайте выводы.

Таблица 2. - Фирма 1

№ п/п	ед. пост ресурса R <sub>пост.</sub>	ед. перем. ресурса, R <sub>пер.</sub>	количество выработки, q	TFC	TVC(q)	TC(q)	AFC(q)	AVC(q)	ATC(q)	MC(q)	МСΔ
1	5	0	0		0						
2	5	1									
3	5	2									
4	5	3									
5	5	4									
6	5	5									
7	5	6									
8	5	7									
9	5	8									
10	5	9									

$$TFC = P_{\text{пост.}} \times R_{\text{пост.}}$$

$$TVC = P_{\text{перем.}} \times R_{\text{перем.}}$$

$$TC = TFC + TVC$$

$$AFC(q) = \frac{TFC}{q}$$

$$AVC(q) = \frac{TVC(q)}{q}$$

$$ATC(q) = \frac{TC(q)}{q}$$

Предполагаем, что совокупные издержки (TC<sub>q</sub>) выражаются многочленом 2-й степени, поэтому в явном виде:

$$TC = a + bq + cq^2 \quad \text{откуда следует, что средние переменные издержки}$$

выражаются линейной функцией  $AVC = b + cq$ .

Для того чтобы проанализировать издержки необходимо найти численные значения  $b$  и  $c$ .

Чтобы найти значения  $b$  и  $c$ , возьмем любые значения  $AVC(q_1)$  и  $AVC(q_2)$ , т.к. они расположены на прямой и решим систему уравнений:

$$\begin{cases} b + q_1 * c = AVC(q_1) \\ b + q_2 * c = AVC(q_2) \end{cases}$$

После нахождения значений  $b$  и  $c$  подставляем их в уравнение предельных издержек  $MC(q) = b + 2cq$ .

$$MC\Delta = MC(q(R_{перем.} + \Delta R); q(R_{перем.})) = \frac{TC(q(R_{перем.} + \Delta R)) - TC(q(R_{перем.}))}{q(R_{перем.} + \Delta R) - q(R_{перем.})}$$

$$MC_1\Delta = \frac{TC(2) - TC(1)}{q(2) - q(1)} \text{ [руб.]}$$

Построение графиков для каждой фирмы.

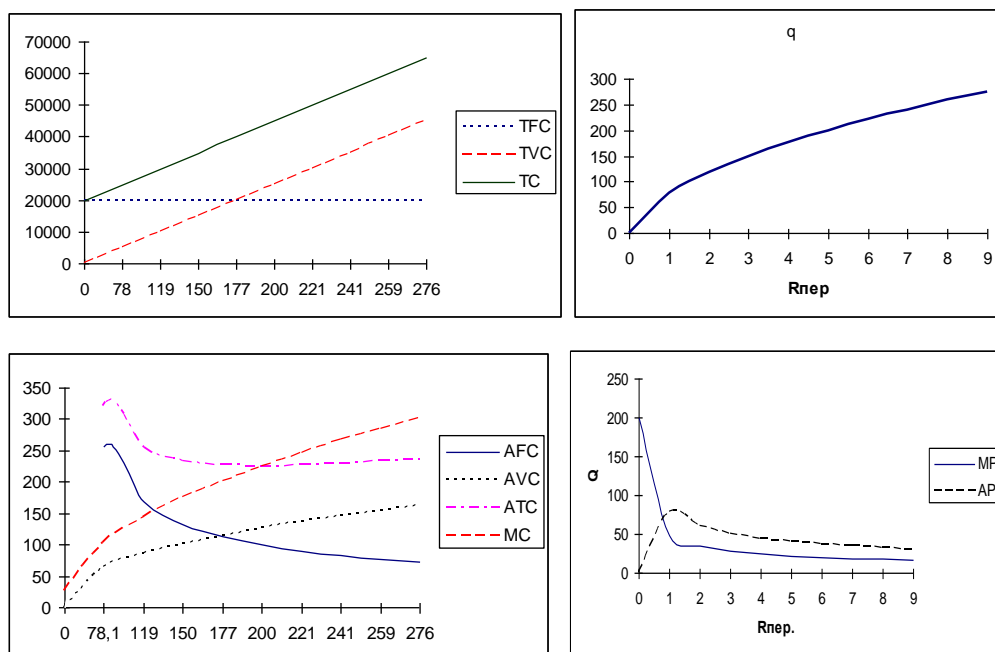


Рисунок 1 – Функции издержек производства и выработки

### 3. Построение кривой предложения фирм

Функция предложения имеет вид  $P(Q) = \alpha + \beta Q$ .

Построим кривую предложения по двум точкам и найдем параметры  $\alpha, \beta$ .

Найдем первую точку на графике  $(P_0, Q_0)$ . Выбираем  $P_0 = \max \left\{ \min_{1 \leq i \leq 3} ATC_i(q) \right\}$ .

Чтобы найти  $Q_0$  нужно предельные издержки всех фирм приравнять к  $P_0$ . При

этом, рассматривая рынок совершенной конкуренции, будем полагать, что количество фирм на рынке равно 9, а именно 3 одинаковых фирмы каждого типа.

$$\Phi_1-\Phi_3: MC(q_1) = b + 2c \times q_1$$

$$\Phi_4-\Phi_6: MC(q_4) = b + 2c \times q_4$$

$$\Phi_7-\Phi_9: MC(q_7) = b + 2c \times q_7. \text{ Тогда}$$

$$MC(q_1) = b + 2c \times q_1 = P_0$$

$$MC(q_4) = b + 2c \times q_4 = P_0$$

$$MC(q_7) = b + 2c \times q_7 = P_0. \text{ Откуда } Q_0 = (q_1 + q_4 + q_7) \times 3 \text{ фирмы.}$$

Найдем вторую точку на графике  $(P_1, Q_1)$ . Чтобы найти  $Q_1$  нужно предельные издержки всех фирм приравнять к  $P_1$ . Допустим, что  $P_1 = 2P_0$ . Тогда

$$MC(q_1) = b + 2c \times q_1 = P_1$$

$$MC(q_4) = b + 2c \times q_4 = P_1$$

$$MC(q_7) = b + 2c \times q_7 = P_1. \text{ Откуда } Q_1 = (q_1 + q_4 + q_7) \times 3 \text{ фирмы.}$$

Далее, по двум точкам на графике найдем параметры функции предложения, решив систему уравнений:

$$\begin{cases} P_0(Q_0) = \alpha + \beta Q_0 \\ P_1(Q_1) = \alpha + \beta Q_1 \end{cases}$$

Пусть функция спроса пересекает функцию предложения в точке  $(P^*, Q^*)$ .

$Q^* = \frac{Q_0 + Q_1}{2}$ . Подставляя значение в функцию предложения, найдем равновесную цену  $P^*$ .

Допустим, что функция спроса линейна, её вид  $P(Q) = g - h \times Q$ ,

Найдите параметры  $h$  и  $g$  и постройте кривую спроса.

Пусть  $g = 3P_1$ . Найдем значение  $h$ , подставляя в функцию спроса параметры точки равновесия и значение  $g$ .

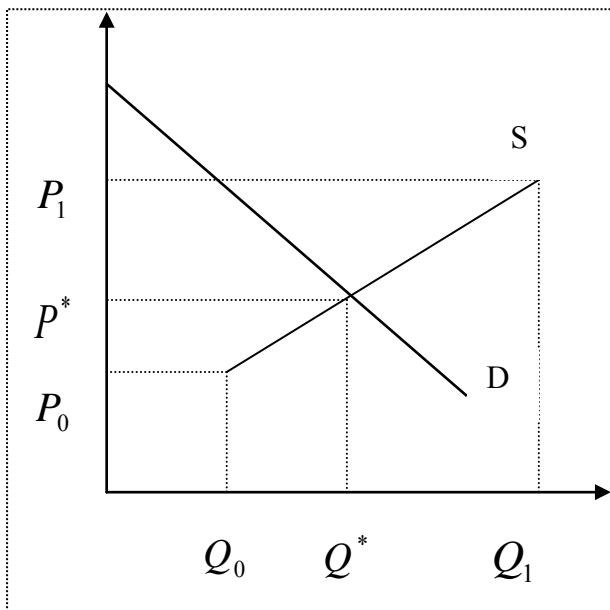


Рисунок 2 – Спрос и предложение

#### 4. Анализ параметров деятельности фирм на различных типах рынков

Для каждого типа рынка найдите равновесные цены, объемы производства каждой фирмы, максимизирующие прибыль, прибыли фирм. Проведите сравнительный анализ деятельности предприятий. Какое предприятие наиболее конкурентоспособно?

##### 4.1. Рынок совершенной конкуренции

В условиях совершенной конкуренции оптимальный объем производства выбирается каждой фирмой, исходя из равенства цены предельным издержкам. Приравнявая предельные издержки каждой фирмы к цене, получим  $q$  для девяти фирм.

$$MC(q_1) = b + 2c \times q_1 = P^* \longrightarrow q_1 * 3$$

$$MC(q_4) = b + 2c \times q_4 = P^* \longrightarrow q_4 * 3$$

$$MC(q_7) = b + 2c \times q_7 = P^* \longrightarrow q_7 * 3$$

Зная объемы выпуска продукции каждой фирмы, можно рассчитать выручку, издержки и прибыль:

- выручка равна  $TR_i(q_i) = P_0 q_i$  ;
- совокупные издержки  $TC_i(q_i) = TFC + TVC_i(q_i) = TFC + b_i q_i + c_i q_i^2$
- прибыль фирмы  $\Pi_i(q_i) = TR_i(q_i) - TC_i(q_i)$  .

##### 4.2. Рынок олигополии

На рынке олигополии функционирует три фирмы, которые определены в задании.

- определяем суммарное предложение фирм  $Q$  и объёмы производства каждой фирмой  $q_i$ :

$$Q = \frac{\sum_{i=1}^3 \frac{g - b_i}{h + 2c_i}}{1 + h \sum_{i=1}^3 \frac{1}{h + 2c_i}}, \quad q_i = \frac{g - b_i - hQ}{h + 2c_i}, \quad i=1, 2, 3.$$

- определяем цену

$$P(Q) = g - hQ;$$

- зная объёмы производства товаров фирмами и цену, определяем совокупные издержки, выручку и прибыль для каждой фирмы;

- определяем результаты функционирования рынка: находим совокупный объём продаж, совокупные выручку, издержки и прибыль как суммы аналогичных показателей деятельности фирм.

### 4.3. Картель

- определяем суммарное предложение фирм  $Q$  и объёмы производства каждой фирмой  $q_i$ :

$$Q = \frac{\sum_{i=1}^3 \frac{g - b_i}{2c_i}}{1 + h \sum_{i=1}^3 \frac{1}{c_i}}, \quad q_i = \frac{g - b_i - 2hQ}{2c_i}, \quad i = 1, 2, 3.$$

- определяем цену

$$P(Q) = g - hQ;$$

- зная объёмы производства товаров фирмами и цену, определяем совокупные издержки, выручку и прибыль для каждой фирмы;

- определяем результаты функционирования рынка: находим совокупный объём продаж, совокупные выручку, издержки и прибыль как суммы

аналогичных показателей деятельности фирм.

По результатам сравнения показателей деятельности фирм и рынков оформить заключение в виде краткой аналитической записки и заполнить таблицу 3.

Таблица 3- Сводная таблица показателей по всем типам рынка

Рынки	Q, ед.	TR, руб.	ТС, руб.	Pr, руб.
Совершенная конкуренция				
Олигополия				
Картель				

## 2.8. Общие требования к выполнению РГР

При выполнении РГР следует руководствоваться библиографическим списком Рабочей программы учебной дисциплины. Также необходимо умение работать с библиотечным фондом университета. Для целей анализа могут быть использованы материалы СМИ.

РГР выполняются в течение семестра. Срок представления работы на кафедру – за две недели до завершения учебного процесса в рамках соответствующего семестра учебного года. Срок проверки РГР преподавателем - 10 календарных дней с момента предоставления студентом данного вида работы на кафедру.

## 2.9. Критерии оценки РГР

РГР может быть оценено положительно если:

- содержание соответствует заданию;
- расчеты выполнены достоверно;
- тезисы, положения и сделанные выводы объективны и обоснованы;
- не вызывает сомнений самостоятельность выполнения работы;
- соблюдены все формальные требования.

## 2.10. Требования к форме представления РГР

При необходимости на каждом из этапов выполнения РГР студентом может быть получена индивидуальная консультация у преподавателя в целях устранения потенциально возможных ошибок и несоответствий. По факту представления работы на кафедру, РГР считается завершенным видом самостоятельной работы студента.

Представление РГР на кафедру обязательно должно быть в виде распечатанного машинописного текста, оформленного в соответствии с установленными требованиями (см. Приложение 1).

#### 2.11. Требования к структуре, объему и содержанию расчетно-графической работы № 2

Рекомендуемая структура РГР2 должна состоять из следующих самостоятельных, но взаимосвязанных элементов:

– Введение. Здесь должна быть отражена актуальность раскрываемой в работе проблемы, сформулирована цель предстоящего исследования, средства и способы ее достижения.

– Основная часть. Содержит необходимые расчеты и включает следующие разделы:

1. Исходные данные

2. Решение задач

– Заключение. Заключение содержит текстовое описание результатов проведенного исследования. Кратко и логично следует подвести изложение к обозначению собственного взгляда на проблему и определению авторской позиции.

Содержание данного вида самостоятельной работы студентов должно быть информативным, емким и в тоже время лаконичным, понятным и логично выстроенным. Информация, используемая для анализа и обоснования выводов должна быть объективной.

## 2.12. Задания для выполнения расчетно-графической работы № 2

РГР №2 должна содержать решение двух задач (№ 1 или № 2) в соответствии с номером варианта (см. таблицу 4). При этом каждая из задач предполагает выполнение четырех пунктов i, f, g, h.

При определении исходных данных обратите внимание на то, что функции общих затрат (ТС) и спроса на рынке (P) даны в общем виде:  $TC_1 = TC_2 = d \times q$ ,  $P = a - b \times q$ . Вам необходимо по таблице 4 (*Варианты для определения функции общих затрат и спроса на рынке*) определить значения *a* и *b* в функции спроса, и значение *d* в функции издержек. Выбор производится также по последнему номеру зачетной книжки.

Например, если у Вас вариант № 1, то в практической части Вы должны решить задачу № 1, исходя из следующих данных:  $TC_1 = TC_2 = 4 \times q$ ,  $P = 50 - 1 \times q$ .

***Задача 1 и 2 в общем виде.***

**Дано:**

Функция общих затрат:  $TC_1 = TC_2 = d \times q$

Функция спроса на рынка:  $P = a - b \times q$

Выбор варианта практической задачи осуществляется по последней цифре зачетки в соответствии с таблицей № 2.

***Таблица 4 - Варианты для определения функции общих затрат и спроса на рынке.***

Последний № зачетной книжки	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>d</i>
1	50	1	4
2	50	1	5
3	50	1	6
4	50	2	4
5	50	2	5



6	50	2	4
7	50	3	5
8	50	3	6
9	50	3	4
10	50	3	3

### Задача 1.

В одном городе два инвестора собираются построить по одному кирпичному заводу. Предполагается, что функции затрат после введения их в эксплуатацию идентичны и  $TC_1 = TC_2 = d \times q$ . Ожидаемый спрос описывается формулой  $P = a - b \times (q_1 + q_2)$ , где  $q_1$  и  $q_2$  – предложение первого и второго производителя соответственно. Каждый завод должен определить оптимальный размер производства с точки зрения получения максимальной прибыли.

Задание: определить производственные мощности заводов, цены, концентрацию на рынке и прибыли производителей при:

- i) сговоре между фирмами (модель картеля);
- f) при независимом поведении фирм (модель Курно);
- g) в случае, когда один из производителей является лидером и первым определяет размер собственного производства (модель Штакельберга).
- h) проанализировать полученные результаты.

### Задача 2.

В городе работают два цементных завода с идентичными функциями затрат  $TC_1 = TC_2 = d \times q$ , где  $q$  – объем производства. Спрос на рынке описывается формулой  $P = a - b \times (q_1 + q_2)$ .

Задание: определить

- i) объем производства продукции, цены и концентрацию на рынке при ценовой конкуренции между заводами (модель ценовых войн Бертрана);
- f) диапазон колебания цен при ограничении мощности каждого завода половиной максимальной емкости рынка (модель Эджворта);
- g) при сговоре между фирмами (модель картеля);

h) проанализировать полученные результаты.

2.13. Общие требования к выполнению РГР, критерии оценки, форма представления РГР на кафедру описаны выше в п.2.8-2.10.

### РАЗДЕЛ 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Видом промежуточной аттестации студентов, обучающихся по направлению 080100 «Экономика», профилям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Налоги и налогообложение», «Статистика», «Финансы и кредит» и «Экономика предприятий и организаций» является экзамен.

#### 3.1. Список вопросов для подготовки к экзамену

2. Предмет и метод анализа отраслевых и рыночных структур. Становление экономики отрасли (теории организации промышленности) как экономической науки.
3. Понятия «фирма», «отрасль», «рынок». Определение границ рынков и отраслей.
4. Строение рынков и его детерминанты. Виды рыночных структур
5. Эффективность конкурентных рынков. Долгосрочный и краткосрочный период.
6. Неэффективность монопольного ценообразования. Альтернативные теории (Шумпетер. Австрийская школа).
7. Конкуренция и соперничество: понятийно-сущностные отличия.
8. Монополия и монопольная власть. Долгосрочный и краткосрочный период.
9. Рынок монополистической конкуренции.
10. Монополистически конкурентные предприятия в краткосрочном периоде.
11. Монополистически конкурентные предприятия в долгосрочном периоде.
12. Альтернативные теории фирмы.

13. Понятие концентрации и тенденции изменения уровня совокупной концентрации. Кривая концентрации. Вариация размеров фирм и концентрация. Показатели вариации (дисперсия долей).
14. Уровень концентрации на отдельных отраслевых рынках. Измерение рыночной власти. Индексы Лернера и Херфиндаля - Хиршмана, их взаимосвязь. Использование показателей концентрации и рыночной власти в антимонопольной практике.
15. Факторы, определяющие структуру рынка: эффект масштаба, стохастические факторы, определяющие структуру рынка; воздействие политики правительств.
16. Общая характеристика олигополистической структуры. Однородность (дифференцированность) продукта. Немногочисленность фирм. Рыночная власть.
17. Формы поведения фирм на рынке олигополии: независимость, кооперация.
18. Независимое поведение олигополистов: объемная конкуренция. Модель дуополии Курно. Функции реакции. Равновесие Курно.
19. Модель дуополии Штакельберга. Лидеры и последователи. Равновесие Штакельберга.
20. Модель Бертрана.
21. Подход Эджуорта к разрешению парадокса Бертрана.
22. Кооперированное поведение олигополистов. Различные формы сговора. Картель и его модель. «Игра по правилам». Ценовое лидерство.
23. Модель рынка доминирующего предприятия с конкурентным окружением и закрытым входом.
24. Модель рынка доминирующего предприятия с конкурентным окружением и открытым входом.
25. Олигопольная координация: способствующие и ограничивающие условия.

Открытые и скрытые соглашения: проблемы соглашения по цене и его нарушения.

26. Лидерство в ценах.

27. Эвристическое ценообразование как инструмент координации.

28. Понятие барьеров для входа фирм в отрасль. Уровень барьеров как важный определитель структуры рынков.

29. Виды стратегических барьеров.

30. Виды нестратегических барьеров.

31. Взаимосвязь структуры рынка и расходов на рекламу.

32. Реклама в условиях олигополии. Реклама и концентрация продавцов. Реклама, рыночная власть и уровень прибыльности.

33. Структура рынка и разнообразие продуктов. Теория оптимального уровня продуктового разнообразия. Стандартизация товаров. Структура рынка и срок службы товара.

34. Структура рынка и технологические инновации. Промышленные инновации. Побуждения как функция структуры рынка: ценность инновации. Издержки и риск НИОКР. Введение в патентные гонки.

35. Теория и практика антимонопольной политики. Основания антимонопольной политики. Место регулирования и дерегулирования в антимонопольной политике. Инструментарий и механизм регулирования.

36. Антитрестовское законодательство и опыт его применения в США. Эволюция антитрестовского законодательства в США.

37. Антимонопольное законодательство и практика антимонопольной политики в странах ЕС. Антимонопольное законодательство ЕС. Антимонопольное регулирование на межгосударственном уровне.

38. Антимонопольное законодательство и антимонопольная политика в России. Регулирование конкуренции на товарных рынках. Методика определения границ и объемов товарных рынков. Методика выявления монопольных цен.

### 3.2. Общие положения проведения экзамена

Экзамен проводится в устной форме. Предварительно студент получает билет и готовит ответ по содержанию входящих в его структуру двух теоретических вопросов.

При подготовке ответов студентом должны быть систематизированы знания, полученные в ходе самостоятельного изучения отдельных разделов и тем, на практических (семинарских) занятиях, в процессе работы с литературой. В содержании ответа на вопросы билета следует придерживаться понятийного аппарата, определенного Рабочей программой учебной дисциплины и содержанием лекционного материала.

Ответ должен быть развернутым, но при этом лаконичным, логично выстроенным. Приветствуется обращение внимание на практические ситуации, приведение примеров.

Ответ оценивается дифференцированно, в зависимости от уровня представленных студентом знаний, степени его компетентности в предметной области учебной дисциплины «Теория отраслевых рынков»

Экзаменационная оценка является итоговой по дисциплине и проставляется в приложение к диплому (выписке из зачетной книжки).

*Требования к оформлению различных видов  
самостоятельной работы студентов*

Самостоятельная работа студентов выполняется с применением компьютерных печатающих устройств при использовании текстового редактора Microsoft Office Word. Иллюстративный материал (графики, диаграммы и т. п.) выполняется в Excel.

Работа выполняется на белой бумаге на одной стороне листа А4 (210×297 мм) через 1,5 интервала, шрифтом Times New Roman, 14 пт., форматирование текста по ширине, заголовков — по центру; страница должна иметь поля: левое – 2,5 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см. Абзацный отступ – 1,25 см.

Титульный лист (доклада, РГР или эссе) выполняется по установленной форме:

<p>Министерство образования и науки Российской Федерации Новосибирский государственный университет экономики и управления – «НИНХ» Кафедра Экономики и предпринимательства</p> <p>Учебная дисциплина: Теория отраслевых рынков</p> <p>ВИД СРС<sup>1</sup></p> <p>на тему: «.....»</p> <p>Выполнил: Студент (ФИО) Номер группы:</p> <p>Проверил: ФИО преподавателя</p> <p>Дата регистрации на кафедре: «__» _____ 20 г.</p> <p>(Год) 20__</p>
--

<sup>1</sup> ВИД СРС – видами самостоятельной работы студентов в рамках изучений дисциплины «Теория отраслевых рынков», могут быть такие, как: доклад, РГР 1, РГР 2, эссе 1, эссе 2.