

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»

Кафедра экономики и бухгалтерского учета

Согласовано

Председатель Методического совета
экономического факультета
О.В. Лазько
«18» апреля 2019 г.

Утверждено

решением кафедры экономики и
бухгалтерского учета
«10» апреля 2019 г.
протокол № 8
Зав. Кафедрой Е.С. Воробьева

Рабочая программа дисциплины

«Теория отраслевых рынков в АПК»

Направление подготовки **38.03.01 Экономика**

Направленность (профиль) программы **Экономика предприятия АПК**

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная, заочная**

Смоленск 2019

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»

Составитель:

доцент кафедры экономики
и бухгалтерского учета, к.э.н.

Лапин А.В.

09.04.2019 г.

Рецензент:

доцент кафедры управления
производством, к.э.н.

Миронкина А.Ю.

09.04.2019 г.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины).

В результате изучения дисциплины «Теория отраслевых рынков в АПК» у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Содержательная структура компонентов профессиональных компетенций

| Названия компетенций | Части компонентов |
|--|---|
| способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (ПК-4) | Знает: экономические процессы и явления, теоретические и эконометрические модели; этапы эволюции экономики отраслевых рынков и ее основных направлений. |
| | Умеет: строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; использовать понятийный аппарат теории отраслевых рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций. |
| | Владеет: способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; методологией экономического исследования: сбором, обработкой и анализом экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка. |

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Теория отраслевых рынков в АПК» входит в вариативную часть. Знания и навыки, полученные при изучении данной дисциплины, позволяют расширить возможности будущего бакалавра экономики в области организации эффективной работы предприятия. В процессе обучения и по завершении курса студент должен иметь представление об основных элементах и процессах развития отраслевого рынка.

Цель дисциплины: расширение теоретических представлений студентов об особенностях функционирования отраслевых рынков и формировании представлений у студентов об основных моделях, объясняющих формирование структуры рынка, о влиянии структуры рынка на поведение участников и общественное благосостояние, целях, задачи и роли государства в регулировании рынков.

Задачи дисциплины: изучение теоретических и практических аспектов формирования и функционирования рыночных структур; получение практических навыков в области применения экономико-математического и микроэкономического аппарата для исследования отраслевых рынков; знакомство студентов с основными направлениями теоретических и эмпирических исследований в области теории отраслевых рынков и используемыми ими методами.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

3.1 Очная форма обучения

| Вид учебной работы | 7 семестр |
|--|------------|
| Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц | 4 |
| часов | 144 |
| Аудиторная (контактная) работа, часов | 64 |
| В том числе занятия лекционного типа | 32 |
| занятия семинарского типа | 32 |
| Самостоятельная работа обучающихся, часов | 53 |
| Контроль | 27 |
| Вид промежуточной аттестации | экзамен |

3.2 Заочная форма обучения

| Вид учебной работы | 9 семестр |
|--|------------|
| Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц | 4 |
| часов | 144 |
| Аудиторная (контактная) работа, часов | 8 |
| В том числе занятия лекционного типа | 4 |
| занятия семинарского типа | 4 |
| Самостоятельная работа обучающихся, часов | 127 |
| Контроль | 9 |
| Вид промежуточной аттестации | экзамен |

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций

Очная форма обучения

| Наименование разделов и тем | Трудоемкость, часов | | | Форма текущего контроля | Перечень компетенций |
|--|---------------------|--------------------------------|------------------------|---------------------------|----------------------|
| | всего | в том числе | | | |
| | | аудиторной (контактной) работы | самостоятельной работы | | |
| Раздел 1. Методология исследования рыночных структур | 36 | 20 | 16 | реферат | ПК-4 |
| Тема 1 Отраслевой рынок: сущность и классификация. | 11 | 6 | 5 | | |
| Тема 2 Фирма как экономический субъект отраслевого рынка. | 11 | 6 | 5 | | |
| Тема 3 Характеристика основных отраслевых рыночных структур. | 14 | 8 | 6 | | |
| Раздел 2. Тенденции развития отраслевых рынков | 38 | 22 | 16 | контрольная работа | ПК-4 |
| Тема 1. Бренд как проявление дифференциации продукта. | 11 | 6 | 5 | | |
| Тема 2. Инновационные технологии управления дифференциацией продукта и брендингом. | 13 | 8 | 5 | | |
| Тема 3. Ценообразование на отраслевых рынках. Ценовая дискриминация. | 14 | 8 | 6 | | |
| Раздел 3. Государственная отраслевая политика | 43 | 22 | 21 | тест | ПК-4 |
| Тема 1. Регулирование функционирования отраслевого рынка. Оценка результативности отраслевого рынка. | 13 | 6 | 7 | | |
| Тема 2. Государственная антимонопольная политика. | 15 | 8 | 7 | | |

| | | | | | |
|--|------------|-----------|-----------|--|--|
| Тема 3. Приватизация и национализация как форма регулирования. | 15 | 8 | 7 | | |
| Контроль | 27 | | | | |
| Итого | 144 | 64 | 53 | | |

Заочная форма обучения

| Наименование разделов и тем | Трудоемкость, часов | | | Форма текущего контроля | Перечень компетенций |
|--|---------------------|--------------------------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| | всего | в том числе | | | |
| | | аудиторной (контактной) работы | самостоятельной работы | | |
| Раздел 1. Методология исследования рыночных структур | 46 | 3 | 43 | реферат | ПК-4 |
| Тема 1 Отраслевой рынок: сущность и классификация. | 15 | 1 | 14 | | |
| Тема 2 Фирма как экономический субъект отраслевого рынка. | 15 | 1 | 14 | | |
| Тема 3 Характеристика основных отраслевых рыночных структур. | 16 | 1 | 15 | | |
| Раздел 2. Тенденции развития отраслевых рынков | 45 | 3 | 42 | контрольная работа | ПК-4 |
| Тема 1. Бренд как проявление дифференциации продукта. | 15 | 1 | 14 | | |
| Тема 2. Инновационные технологии управления дифференциацией продукта и брендингом. | 15 | 1 | 14 | | |
| Тема 3. Ценообразование на отраслевых рынках. Ценовая дискриминация. | 15 | 1 | 14 | | |
| Раздел 3. Государственная отраслевая политика | 44 | 2 | 42 | тест | ПК-4 |
| Тема 1. Регулирование функционирования отраслевого рынка. Оценка результативности отраслевого рынка. | 15 | 1 | 14 | | |
| Тема 2. Государственная антимонопольная политика. | 14 | - | 14 | | |
| Тема 3. Приватизация и национализация как форма регулирования. | 15 | 1 | 14 | | |
| Контроль | 9 | | | | |
| Итого | 144 | 8 | 127 | | |

4.2 Содержание дисциплины по разделам и темам

Раздел 1. Методология исследования рыночных структур

Цель - приобретение теоретических и практических навыков для сбора, обработки и анализа экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка; владения методологией экономического исследования.

Задачи – научиться анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на уровне отраслевых рынков; проводить отраслевой анализ и анализ рыночных структур.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Отраслевой рынок: сущность и классификация.

Экономические процессы и явления, теоретические и эконометрические модели. Экономическая сущность рынка. Взаимосвязь между понятиями «рынок», «отрасль», «рынок», «отраслевой рынок», «фирма». Основные проблемы теории отраслевых рынков по Р. Шмалензи. Классификация отраслевых рынков. Методология исследования рыночных структур. Эволюция науки об отраслевых рынках. Эмпирическое направление. Теоретическое направление. Гарвардская парадигма. «Гарвардская» и «чикагская» школы. Теория игр и эндогенность структуры рынка. Квазиконкурентные и квазимонопольные рынки. Концентрация рынка. Основные проблемы современной теории отраслевых рынков. Организация отраслевых рынков.

Тема 2. Фирма как экономический субъект отраслевого рынка.

Понятие предпринимательства, его место и роль в организации отраслевых рынков. Формы предпринимательства. Современная теория фирмы. Современные концепции фирмы: технологический, контрактный и стратегический подход. Фирма в неоклассической теории. Контрактная теория фирмы. Теория принципала-агента. Альтернативные цели фирм.

Тема 3. Характеристика основных отраслевых рыночных структур.

Рынок и рыночные структуры. 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. Формы и методы недобросовестной конкуренции. Общая характеристика олигополистической структуры. Условия, способствующие координации олигополий. Условия, ограничивающие олигопольную координацию. Независимое поведение: объемная конкуренция.

Раздел 2. Тенденции развития отраслевых рынков

Цель – приобретение теоретических и практических навыков для постановки и анализа проблем функционирования отдельных рынков; определения величины социальной эффективности рыночных структур.

Задачи – научиться использовать понятийный аппарат теории отраслевых рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций; использовать источники экономической, социальной и управленческой информации по вопросам функционирования отраслевых рынков.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Бренд как проявление дифференциации продукта.

Бренд на отраслевых рынках. Оценка бренда как нематериального актива. Направления управления брендом на отраслевых рынках.

Тема 2. Инновационные технологии управления дифференциацией продукта и брендингом.

Сущность и необходимость инновационных технологий в управлении рынком. Понятие и виды инноваций. Продуктовые и процессные инновации. Технологии управления жизненным циклом товара. Массовая кастомизация. Репозиционирования. Ребрендинг.

Тема 3. Ценообразование на отраслевых рынках. 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. Экономические теории олигопольного ценообразования. Динамика ценообразования в условиях монополии и олигополии. 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. Власть покупателя и вертикальное ценообразование. Независимое поведение: ценовая конкуренция. Ценовая война: положительные и отрицательные моменты для развития отрасли. Парадокс Бертрана. Модель Эджуорта. Модель линейного города Хотелинга. Проблемы ценообразования по Рамсею. Этапы эволюции экономики отраслевых рынков и ее основных направлений.

Раздел 3. Государственная отраслевая политика

Цель – приобретение теоретических и практических навыков для работы со статистической отраслевой информацией; а также типологическим анализом рынков и отраслей.

Задачи – научиться выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, возникающих в ходе функционирования отраслевого рынка, предлагать способы их решения с учетом критериев экономической эффективности рыночных структур и результативности отраслевого рынка в целом; определять и анализировать проблемы функционирования отдельных рынков.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Регулирование функционирования отраслевого рынка. Оценка результативности отраслевого рынка.

Цели отраслевой политики государства. Структура и эффективность функционирования рынка. Регулирование научно-исследовательского сектора и инноваций. 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. Последствия вмешательств государства.

Тема 2. Государственная антимонопольная политика.

Антимонопольная политика государства. Международный опыт. Антимонопольная политика в России. Сфера применения Законов «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», «О естественных монополиях» и «О рекламе». Виды ответственности за нарушение антимонопольного законодательства. Способы регулирования естественной монополии. Государственное регулирование естественных монополий и барьеры входа. Использование ценовой дискриминации в регулировании. От регулирования тарифов к

регулированию предельного изменения индекса корзины тарифов. Регулирование и дерегулирование естественных монополий. Методы регулирования естественных монополий и достижимость «второго наилучшего». Регулирование тарифов естественной монополии в условиях асимметрии информации об издержках.

Тема 3. Приватизация и национализация как форма регулирования.

Формы разгосударствления экономики. Экономическая необходимость и этапы проведения приватизации. Экономическая необходимость и этапы проведения национализации. Примеры проведения приватизаций и национализаций отраслевых рынков. Экономические последствия приватизации и национализации. Особенности приватизации в России. Методология экономического исследования: сбор, обработка и анализ экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка и интерпретация полученных результатов.

4.3 Тематический план по очной форме обучения

Раздел 1. Методология исследования рыночных структур

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

| Тема | Вопросы | Трудоемкость, часов |
|--|---|---------------------|
| 1. Отраслевой рынок: сущность и классификация. | 1. Экономическая сущность рынка. 2. Классификация отраслевых рынков. 3. Эволюция науки об отраслевых рынках. 4. Экономические процессы и явления, теоретические и эконометрические модели. | 2 |
| 2. Фирма как экономический субъект отраслевого рынка. | 1. Понятие предпринимательства, его место и роль в организации отраслевых рынков. 2. Формы предпринимательства. 3. Современные концепции фирмы | 2 |
| 3. Характеристика основных отраслевых рыночных структур. | 1. Рынок и рыночные структуры. 2. Общая характеристика олигополистической структуры. 3. Структура рынков и факторы ее определяющие. | 4 |

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

| Тема | Вид работы (метод проведения) | Трудоемкость, часов |
|--|---------------------------------|---------------------|
| 1. Отраслевой рынок: сущность и классификация. | Реферат Групповая дискуссия* | 4 |
| 2. Фирма как экономический субъект отраслевого рынка. | Анализ ситуаций* | 4 |
| 3. Характеристика основных отраслевых рыночных структур. | Групповая дискуссия* | 4 |

*учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 1 – 12 час.

Самостоятельная работа

| Тема | Трудоемкость, часов | Контроль |
|---|---------------------|----------|
| Отраслевой рынок: сущность и классификация. | 5 | реферат |

| | | |
|---|---|--|
| Фирма как экономический субъект отраслевого рынка. | 5 | |
| Характеристика основных отраслевых рыночных структур. | 6 | |

Раздел 2. Тенденции развития отраслевых рынков

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

| Тема | Вопросы | Трудо емкость, часов |
|---|---|----------------------------|
| 1. Бренд как проявление дифференциации продукта. | 1. Бренд на отраслевых рынках. 2. Оценка бренда как нематериального актива. 3. Направления управления брендом на отраслевых рынках. | 2 |
| 2. Инновационные технологии управления дифференциацией продукта и брендингом. | 1. Сущность и необходимость инновационных технологий в управлении рынком. 2. Понятие и виды инноваций. 3. Технологии управления жизненным циклом товара. | 4 |
| 3. Ценообразование на отраслевых рынках. Ценовая дискриминация. | 1. Модели ценообразования. 2. Ценовая дискриминация и ее типы. 3. Власть покупателя и вертикальное ценообразование. 4. Этапы эволюции экономики отраслевых рынков и ее основных направлений. | 4 |

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

| Тема | Вид работы (метод проведения) | Трудо емкость, часов |
|---|---------------------------------|----------------------------|
| 1. Бренд как проявление дифференциации продукта. | Реферат Групповая дискуссия* | 4 |
| 2. Инновационные технологии управления дифференциацией продукта и брендингом. | Анализ ситуаций* | 4 |
| 3. Ценообразование на отраслевых рынках. Ценовая дискриминация. | Групповая дискуссия* | 4 |

*учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 2 – 12 час.

Самостоятельная работа

| Тема | Трудо емкость, часов | Контроль |
|--|----------------------------|-----------------------|
| Бренд как проявление дифференциации продукта. | 5 | контрольная работа |
| Инновационные технологии управления дифференциацией продукта и брендингом. | 5 | |
| Ценообразование на отраслевых рынках. Ценовая дискриминация. | 6 | |

Раздел 3. Государственная отраслевая политика

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

| Тема | Вопросы | Трудоемкость, часов |
|---|--|---------------------|
| 1. Регулирование функционирования отраслевого рынка. Оценка результативности отраслевого рынка. | 1. Цели отраслевой политики государства. 2. Структура и эффективность функционирования рынка. 3. Регулирование научно-исследовательского сектора и инноваций. | 2 |
| 2. Государственная антимонопольная политика. | 1. Антимонопольная политика государства. 2. Виды ответственности за нарушение антимонопольного законодательства 3. Государственное регулирование естественных монополий и барьеры входа. | 4 |
| 3. Приватизация и национализация как форма регулирования. | 1. Формы разгосударствления экономики. 2. Экономическая необходимость и этапы проведения приватизации и национализации. 3. Примеры проведения приватизаций и национализаций отраслевых рынков. 4. Методология экономического исследования: сбор, обработка и анализ экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка и интерпретация полученных результатов. | 4 |

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

| Тема | Вид работы (метод проведения) | Трудоемкость, часов |
|---|-------------------------------|---------------------|
| 1. Регулирование функционирования отраслевого рынка. Оценка результативности отраслевого рынка. | Групповая дискуссия* | 4 |
| 2. Государственная антимонопольная политика. | Групповая дискуссия* | 4 |
| 3. Приватизация и национализация как форма регулирования. | Групповая дискуссия* | 4 |

*учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств в разделе 3 – 12 час.

*учебные занятия, обеспечивающие развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств всего – 36 час.

Самостоятельная работа

| Тема | Трудоемкость, часов | Контроль |
|--|---------------------|----------|
| Регулирование функционирования отраслевого рынка. Оценка результативности отраслевого рынка. | 7 | тест |
| Государственная антимонопольная политика. | 7 | |
| Приватизация и национализация как форма регулирования. | 7 | |

4.4 Тематический план по заочной форме обучения

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия лекционного типа)

| Тема | Вопросы | Трудоемкость, часов |
|--|--|---------------------|
| Отраслевой рынок: сущность и классификация. | 1. Экономическая сущность рынка. 2. Классификация отраслевых рынков. 3. Эволюция науки об отраслевых рынках. 4. Экономические процессы и явления, теоретические и эконометрические модели. | 1 |
| Бренд как проявление дифференциации продукта. | 1. Бренд на отраслевых рынках. 2. Оценка бренда как нематериального актива. 3. Направления управления брендом на отраслевых рынках. | 1 |
| Ценообразование на отраслевых рынках. Ценовая дискриминация. | 1. Модели ценообразования. 2. Ценовая дискриминация и ее типы. 3. Власть покупателя и вертикальное ценообразование. 4. Этапы эволюции экономики отраслевых рынков и ее основных направлений. | 1 |
| Приватизация и национализация как форма регулирования. | 1. Формы разгосударствления экономики. 2. Экономическая необходимость и этапы проведения приватизации и национализации. 3. Примеры проведения приватизаций и национализаций отраслевых рынков. 4. Методология экономического исследования: сбор, обработка и анализ экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка и интерпретация полученных результатов. | 1 |

Контактная работа обучающихся с преподавателем (занятия семинарского типа)

| Тема | Вид работы (метод проведения) | Трудоемкость, часов |
|--|-------------------------------|---------------------|
| Фирма как экономический субъект отраслевого рынка. | Устный опрос | 1 |
| Характеристика основных отраслевых рыночных структур. | Устный опрос | 1 |
| Инновационные технологии управления дифференциацией продукта и брендингом. | Устный опрос | 1 |
| Ценообразование на отраслевых рынках. Ценовая дискриминация. | Устный опрос | 1 |

Самостоятельная работа

| Тема | Трудо емкость, часов | Контроль |
|--|----------------------------|---|
| Отраслевой рынок: сущность и классификация. | 14 | Реферат, контрольная работа, тест |
| Фирма как экономический субъект отраслевого рынка. | 14 | |
| Характеристика основных отраслевых рыночных структур. | 15 | |
| Бренд как проявление дифференциации продукта. | 14 | |
| Инновационные технологии управления дифференциацией продукта и брендингом. | 14 | |
| Ценообразование на отраслевых рынках. Ценовая дискриминация. | 14 | |
| Регулирование функционирования отраслевого рынка. Оценка результативности отраслевого рынка. | 14 | |
| Государственная антимонопольная политика. | 14 | |
| Приватизация и национализация как форма регулирования. | 14 | |

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами учебных занятий по дисциплине «Теория отраслевых рынков в АПК» и организационными формами обучения являются: лекция, занятия семинарского типа, консультация, самостоятельная работа обучающегося.

Лекция является одним из важнейших видов учебных занятий и составляет основу теоретической подготовки обучающихся. Ее цель - дать систематизированные основы научных знаний по учебной дисциплине (модулю), акцентировав внимание на наиболее сложных и узловых вопросах темы. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность студентов, способствовать формированию их творческого мышления. Для чтения отдельных лекций могут приглашаться ведущие ученые из других образовательных, научных учреждений, специалисты из учреждений.

Занятия семинарского типа – вид учебного занятия, на котором обучающиеся под руководством преподавателя выполняют определенные соответственно сформулированные задачи с целью усвоения научно-теоретических положений учебной дисциплины (модуля), приобретения умений и навыков их практического применения, опыта творческой деятельности, овладения современными методами практической работы, в том числе с применением технических средств.

Занятия семинарского типа могут проводиться в форме тренировок, решений практических задач, компьютерных практикумов, групповых проектов, мастер-классов, деловых и ролевых игр и т. п.

Занятия семинарского типа проводятся в аудиториях или в учебных лабораториях, оснащенных необходимыми техническими средствами обучения, вычислительной техникой.

Консультация – вид учебного занятия, на котором обучающийся получает от преподавателя ответы на конкретные вопросы или объяснения отдельных теоретических положений и их практического использования. Консультации проводятся регулярно и носят как индивидуальный, так и групповой характер. Основная задача группового консультирования – подробное либо углубленное рассмотрение вопросов теоретического курса, освоение которых, как правило, вызывает затруднение у части обучающихся. По

желанию обучающихся возможно вынесение на обсуждение дополнительных вопросов, вызывающих у них особый интерес, которые не получили достаточного освещения в лекционном курсе.

Изучение отдельных тем дисциплины внеаудиторно является одним из видов самостоятельной работы и рекомендуется для студентов заочного обучения.

Студенты очного обучения изучают темы по указанию преподавателя либо по собственной инициативе в случаях допущенных ими необоснованных пропусков занятий или в целях более углубленной проработки определённых тем, вызывающих научно-исследовательский интерес обучающегося.

Контроль успеваемости и качества подготовки обучающихся подразделяется на текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий. Он проводится в ходе всех видов учебных занятий в форме, предусмотренной тематическим планом.

Промежуточная аттестация успеваемости и качества подготовки обучающихся предназначена для определения степени достижения учебных целей по дисциплине и проводится в форме **экзамена**.

Обучающиеся готовятся к промежуточной аттестации самостоятельно. Подготовка заключается в изучении программного материала дисциплины с использованием личных записей, сделанных в рабочих тетрадях, и рекомендованной в процессе изучения дисциплины литературы.

6. Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю)

1. Лапин А.В. Методические рекомендации и задания для самостоятельной работы по дисциплине «Теория отраслевых рынков в АПК» [Текст] / ФГБОУ ВО Смоленская ГСХА; [А.В. Лапин] – Смоленск, 2018. – 20 с. – Режим доступа:

https://www.sgsha.ru/sgsha/biblioteka/metod.rekom._teorija-otraslevyih-rynkov.pdf

7. Оценочные материалы

Оценочные материалы в виде фонда оценочных средств по дисциплине «Теория отраслевых рынков в АПК» представлены в приложении А к рабочей программе дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

Основная литература:

1. Минаков, И.А. Экономика и управление предприятиями, отраслями и комплексами АПК [Электронный ресурс] : учебник / И.А. Минаков. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург: Лань, 2017. — 404 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91296>
2. Лебедев, О.Т. Экономика отраслевых рынков: учебное пособие [Электронный ресурс] / О.Т. Лебедев. — М.: Бослен, 2008. — 528 с. — Режим доступа: <http://ebs.rgazu.ru/?q=node/281>

Дополнительная литература:

1. Нечаев, В.И. Экономика предприятий АПК [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.И. Нечаев, П.Ф. Парамонов, И.Е. Халявка. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2010. — 464 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/587>

9. Профессиональные базы данных

«Гарант-аналитик» <http://www.garant.ru>

«КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>

10. Информационные справочные системы

Информационные системы Минсельхоза России <http://opendata.mcx.ru/opendata/>

Федеральная служба государственной статистики. <http://gks.ru/>

Государственная инспекция труда в Смоленской области <http://git67.rostrud.ru>

Международная организация труда (на русском языке) <http://www.ilo.org/moscow/lang--ru/index.htm>

Федеральная служба по труду и занятости <http://www.rostrud.ru>

Главное управление по вопросам миграции в России <https://гувм.мвд.рф>

11. Лицензионное программное обеспечение

1. Операционная система WindowsXP, Windows 7, Windows 10 для образовательных организаций (Подписка MicrosoftImaginePremium (renewal) в рамках соглашения №600798690 от 30.01.2018)

2. Офисное ПО из состава пакета MicrosoftOffice 2003, 2007, 2010, 2013 Pro и Std Корпоративная лицензия OLP (договор с ООО «Ритейл-сервис» №ГРС-000545 от 26.11.2014)

**Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленская государственная сельскохозяйственная академия»**

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной
аттестации обучающихся по дисциплине «Теория отраслевых рынков в АПК»**

Направление подготовки **38.03.01 Экономика**

Направленность (профиль) программы **Экономика предприятия АПК**

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения: **очная, заочная**

Смоленск 2019 г.

1. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций

| Код и наименование компетенции | Критерии освоения компетенции | Показатели оценивания сформированности компетенций | Процедуры оценивания |
|--|-------------------------------|---|---|
| ПК – 4 способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты | Пороговый (удовлетворительно) | <p>Знает: экономические процессы и явления, теоретических и эконометрических моделей; этапы эволюции экономики отраслевых рынков и ее основные направления.</p> <p>Умеет: строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; использовать понятийный аппарат теории отраслевых рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций.</p> <p>Владеет: способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; методологией экономического исследования: сбором, обработкой и анализом экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка.</p> | <p>Тестирование</p> <p>Выступление с рефератом</p> <p>Выполнение контрольной работы</p> |
| | Продвинутый (хорошо) | <p>Знает: твердое знание экономических процессов и явлений, теоретических и эконометрических моделей; этапов эволюции экономики отраслевых рынков и ее основных направлений.</p> <p>Умеет: уверенное умение строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; использовать понятийный аппарат теории отраслевых рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций.</p> <p>Владеет: уверенное владение способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; методологией экономического исследования: сбором, обработкой и анализом экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка.</p> | <p>Тестирование</p> <p>Выступление с рефератом</p> <p>Выполнение контрольной работы</p> |
| | Высокий (отлично) | <p>Знает: сформировавшееся систематическое знание экономических</p> | Тестирование |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | <p>процессов и явлений, теоретических и эконометрических моделей; сформировавшееся систематическое знание этапов эволюции экономики отраслевых рынков и ее основных направлений.</p> <p>Умеет: сформировавшееся систематическое умение строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; сформировавшееся систематическое умение использовать понятийный аппарат теории отраслевых рынков при обсуждении реальных экономических ситуаций.</p> <p>Владеет: сформировавшееся систематическое владение способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; сформировавшееся систематическое владение методологией экономического исследования: сбором, обработкой и анализом экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка.</p> | <p>Выступление с рефератом</p> <p>Выполнение контрольной работы</p> |
|--|--|--|---|

2. Шкалы оценивания

2.1 Шкала оценивания на этапе текущего контроля

| Технология оценивания | Отсутствие усвоения (ниже порогового)* | Пороговый (удовлетворительно) | Продвинутый (хорошо) | Высокий (отлично) |
|---|--|---|--|--|
| Выполнение теста (правильных ответов из 15) | 8 и менее | 9-11 | 12-13 | 14 и более |
| Выступление с рефератом | тема не раскрыта | полнота использования литературных источников, привлечение новейших работ | соответствие содержания теме и плану реферата, полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы | новизна и самостоятельность в постановке проблемы, наличие авторской позиции, самостоятельность суждений |
| Выполнение контрольной работы | не выполнена | даны ответы на теоретические вопросы, задача не решена | ответы не полные, в решении задачи имеются неточности | полный ответ на все вопросы, задача решена без ошибок, сделаны выводы |

* Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине «Теория отраслевых рынков в АПК».

2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (экзамен в виде итогового теста)

| Технология оценивания | Отсутствие усвоения (ниже порогового) | Пороговый (удовлетворительно) | Продвинутый (хорошо) | Высокий (отлично) |
|---|---------------------------------------|-------------------------------|----------------------|-------------------|
| Выполнение тестов (правильных ответов из 15 вопросов) | 8 и менее | 9-11 | 12-13 | 14 и более |

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы для написания рефератов по разделу 1 по дисциплине «Теория отраслевых рынков в АПК» для текущего контроля

Написание реферата является важным элементом самостоятельной работы студентов в целях приобретения ими необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т.п. С помощью рефератов студенты глубже постигают наиболее сложные проблемы курса, учатся лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Структура реферата:

- Титульный лист.
- Содержание.
- Введение (дается постановка вопроса, объясняется выбор темы, ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи реферата, дается характеристика используемой литературы).
- Основная часть (состоит из глав и подглав, которые раскрывают отдельную проблему или одну из ее сторон и логически являются продолжением друг друга).
- Заключение и выводы (подводятся итоги и даются обобщенные основные выводы по теме реферата, делаются рекомендации).
- Список литературы.

В списке литературы должно быть не менее 5 различных источников.

Студенты представляют рефераты на контактных занятиях в виде выступления продолжительностью 5-7 минут и ответов на вопросы слушателей.

Примерные темы рефератов:

1. Экономическая сущность рынка.
2. Классификация отраслевых рынков.
3. Эволюция науки об отраслевых рынках.
4. Организация отраслевых рынков.
5. Понятие предпринимательства, его место и роль в организации отраслевых рынков.
6. Формы предпринимательства.
7. Современные концепции фирмы: технологический, контрактный и стратегический подход.

8. Рынок и рыночные структуры.
9. Общая характеристика олигополистической структуры.
10. Монополия, ее виды и общественные издержки существования.
11. Структура рынков и факторы ее определяющие.
12. Барьеры входа и структура рынка.
13. Виды барьеров и затраты на их преодоление.
14. Ценообразование и рыночные сигналы.
15. Дифференциация продукта, структура рынка и конкуренция.
16. Рынки однородных и неоднородных продуктов.
17. Вертикальная и горизонтальная дифференциация продукции, подходы к измерению ее степени.
18. Качество товара. Выбор уровня качества потребителем, зависимость от дохода.
19. Бренд на отраслевых рынках.
20. Оценка бренда как нематериального актива.
21. Направления управления брендом на отраслевых рынках.
22. Сущность и необходимость инновационных технологий в управлении рынком.
23. Понятие и виды инноваций.
24. Экономические процессы и явления, теоретические и эконометрические модели.
25. Этапы эволюции экономики отраслевых рынков и ее основных направлений.
26. Методология экономического исследования: сбор, обработка и анализ экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка и интерпретация полученных результатов.

**Комплект заданий для выполнения контрольной работы по разделу 2
по дисциплине «Теория отраслевых рынков в АПК»
для текущего контроля**

После изучения соответствующего раздела по дисциплине студенты выполняют контрольную работу. Контрольная работа состоит из трёх теоретических вопросов и одной задачи. Конкретный вариант задания каждому студенту преподаватель определяет индивидуально. Тематика контрольных работ сформирована по принципу сочетания тем дисциплины. Написанию контрольной работы должно предшествовать изучение лекционного материала, решение задач на практических занятиях и в процессе самостоятельной работы. Для успешного выполнения контрольной работы необходимо ознакомиться с литературой. Для выполнения контрольной работы отводится 2 академических часа.

Примерные варианты для написания контрольной работы:

ВАРИАНТ 1

1. Модель дуополии Курно: сущность и значение.
2. Модель дуополии Бертрана: сущность и значение.
3. Ценовая дискриминация потребителей.

ВАРИАНТ 2

1. Модель дуополии Эджуорта: сущность и значение.
2. Модель дуополии Штакельберга: сущность и значение.
3. Двуставочный тариф и нелинейное ценообразование.

ВАРИАНТ 3

1. Модели горизонтальной продуктовой дифференциации.
2. Сущность вертикальной продуктовой дифференциации.
3. Основные методы государственного регулирования естественных монополий.

ВАРИАНТ 4

1. Модели горизонтальной дифференциации продукта. Модель Хотеллинга.

2. Модели горизонтальной дифференциации продукта. Модель Салопы.
3. Отраслевая политика государства. Цели, задачи, типы и виды.

ВАРИАНТ 5

1. Модель Ланкастера.
2. Меры концентрации производителей.
3. Модели олигополистического взаимодействия фирм на рынке.

ВАРИАНТ 6

1. Модели горизонтальной продуктовой дифференциации.
2. Сущность вертикальной продуктовой дифференциации.
3. Эластичность спроса на услуги, ее виды и методы расчета.

ВАРИАНТ 8

1. Экономическое содержание и формы рыночной концентрации.
2. Оценка эффективности процессов концентрации.
3. Предложение услуг и его связь с потребительским спросом.

ВАРИАНТ 9

1. Горизонтальная рыночная интеграция, ее сущность и формы проявления.
2. Эволюция форм и методов вертикальной рыночной интеграции.
3. Показатели монопольной власти.

ВАРИАНТ 10

1. Направления диверсификации на рынке.
2. Слияния и поглощения предприятий, виды, стимулы, последствия.
3. Монопольная власть.

ВАРИАНТ 11

1. Экономические процессы и явления, теоретические и эконометрические модели.
2. Этапы эволюции экономики отраслевых рынков и ее основных направлений.
3. Методология экономического исследования: сбор, обработка и анализ экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка.

Четвертый вопрос – задачу студент выбирает в соответствии со своим вариантом.

Варианты задач:

Задача 1. На рынке действуют шесть фирм с денежным объемом средств:

1-я фирма – 24000; 2-я фирма – 13000; 3-я фирма – 18000;
4-я фирма – 14000; 5-я фирма – 40000; 6-я фирма – 28000.

Как изменится индекс концентрации Херфиндаля-Хиршмана, если пятая фирма продаст 25% своих активов новой компании на рынке?

Задача 2. Проведя усовершенствование технологического процесса; с помощью сбора, обработки и анализ экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка, предприятие в течение пяти последующих лет планирует ежегодное увеличение денежного дохода на 12000 долл. Эти деньги оно собирается немедленно вкладывать под 11% годовых, желая через 5 лет накопить сумму для приобретения нового оборудования. Какую сумму денег предприятие получит через 5 лет? Сделать интерпретацию полученных результатов.

Задача 3. Прибыль фирмы в условиях несовершенной конкуренции составляет 14000 руб. в месяц. Количество производимых изделий – 400 шт. Фирма максимизирует прибыль, а ее издержки составляют 90 руб. на одно изделие. Определите индекс Лернера.

Задача 4. Функция спроса на пирожные имеет вид $Q_d = 200 - P_i$, а функция предложения равна: $Q_s = 0,5P_{i-1} - 10$, где i - дни недели от понедельника до субботы.

Если в воскресенье на рынке наблюдалась равновесная цена, а в понедельник спрос на пирожные вырос на 30 штук больше, и такая тенденция по дням недели будет при каждом значении цены, то какие цены будут преобладать по дням недели?

Задача 5. Фирма-монополист производит продукцию при постоянных средних и

предельных издержках: $AC = MC = 10$ руб. Функция рыночного спроса, с которой сталкивается монополист, представлена следующим образом: $Q_d = 110 - P$, где P — цена единицы продукции, Q — объем продаж. Какую цену назначит монополист и какой объем фирма произведет для максимизации своей прибыли.

Задача 6. На рынке хлебобулочных изделий в условиях совершенной конкуренции спрос задается линейной функцией: $P = a - q$. Две фирмы (А и В) стремятся монополизировать данный рынок. Общие издержки фирмы А составляют: $TC_A = 3q^2 - 10q - 15$. Общие издержки фирмы В равны: $TC_B = 2q^2 - 4q + 20$. Определите, какая из фирм предпочтительней в роли монополиста с точки зрения потребителей.

Задача 7.

Спрос фирмы-монополиста определяется следующим образом: $Q_d = 100 - P$. Фирма выпускает свою продукцию на нескольких заводах. Общие издержки каждого из заводов равны: $TC = q^2 + 2q + 16$. Чему будет равен оптимальный выпуск каждого завода и общая прибыль фирмы при этом?

Задача 8. Совокупные (общие) издержки фирмы, действующей на конкурентном рынке, равны:

$$TC = 2q^3 + 3q^2 + 6q + 23.$$

где q — объем продаж, измеряется в шт. Издержки и цены измеряются в рублях.

Записать функции основных видов издержек.

Задача 9. Известно, что на рынке действуют две фирмы, выпускающие товары, которые могут быть взаимозаменяемыми в потреблении, но не являются полными субститутами. Функция спроса на товар имеет вид: $Q_d = 4P_2 - 4P_1$; а функция предложения равна: $Q_s = 7 + 5P_1 + 2P_2$.

При каких ценах на оба товара, спрос и предложение сбалансируются на уровне 50 ед.?

Задача 10. Типичная фирма, действующая на конкурентном рынке, характеризуется такими предельными издержками: $MC = 2q - 5$. Спрос на рынке представлен функцией: $Q_d = 400 + 16P$, где цена P измеряется в руб., а объем — в шт. Известно, что постоянные затраты каждой фирмы равны 25 руб. Какое количество фирм будет действовать в отрасли в долгосрочном периоде?

Задача 11. Макроэкономическая модель имеет вид:

$$\begin{cases} y_1 = a_{11}y_2 + a_{12}x_1 + a_{13}x_3 \\ y_2 = a_{21}y_1 + a_{22}x_2 + a_{23}x_3 \\ y_3 = a_{31}x_1 + a_{32}x_2 + a_{33}x_3 \end{cases}$$

Задание.

1. Применив экономические процессы и явления, теоретические и эконометрические модели, определить, идентифицировано ли каждое уравнение модели и система в целом.
2. Запишите приведенную форму модели и определите метод оценки параметров модели.

Комплект тестов по дисциплине «Теория отраслевых рынков в АПК» по разделу 3 для текущего контроля.

Тесты по дисциплине «Теория отраслевых рынков в АПК» содержат основные вопросы по всем темам, включенным в рабочую программу дисциплины.

Каждому студенту при тестировании по дисциплине предоставляется 15 вопросов, на каждый из которых даны варианты ответов, только один из них является правильным. Студенту необходимо выбрать правильный ответ из предложенных ему вариантов ответов.

Для выполнения теста отводится 30 минут.

Примерные тесты для контроля:

На основе методологии экономического исследования выберите правильные ответы:

1. Что может удерживать фирму от выхода из отрасли, даже если она убыточная:
 - а) высокие затраты связанные с этим процессом;
 - б) удерживание государством;
 - в) определенные перспективы в техническом развитии;
 - г) психологические барьеры.
2. Основой монопольных явлений на рынке являются:
 - а) отсутствие конкурентов;
 - б) ограниченное количество производителей;
 - в) ограниченное количество покупателей;
 - г) высокие барьеры входа на рынок.
3. Может ли компания монополист контролировать рынок, лишенный барьеров входа и выхода:
 - а) да;
 - б) да, но только не более 1 года;
 - в) да, если его поддерживает государство;
 - г) нет.
4. Основной признак классификации отраслевых рынков:
 - а) это объекты сделок купли – продажи, условия функционирования, степень локализации сделок, характер взаимодействия фирм;
 - б) это объекты сделок купли – продажи, характер взаимодействия фирм, типы взаимосвязи;
 - в) это степень локализации сделок, типы взаимосвязи, характер взаимодействия фирм;
 - г) это объекты сделок купли – продажи, условия функционирования, характер взаимодействия фирм.
5. Что не относится к нестратегическим барьерам отраслевого рынка:
 - а) стратегическое ценообразование;
 - б) вертикальная интеграция;
 - в) диверсификация деятельности фирмы;
 - г) дифференциация товаров.
6. К ценовым барьерам относится:
 - а) дополнительное инвестирование;
 - б) применение запретительных цен;
 - в) дифференциация продукции;
 - г) вертикальная интеграция.
7. Определение «барьеры входа» на отраслевых рынках:
 - а) под барьерами входа понимают: факторы субъективного характера, которые не препятствуют новым фирмам организовывать прибыльное производство в отрасли;
 - б) од барьерами входа понимают: факторы объективного характера, которые не препятствуют новым фирмам организовывать прибыльное производство в отрасли;
 - в) под барьерами входа понимают: факторы объективного или субъективного характера, которые препятствуют новым фирмам организовывать прибыльное производство в отрасли;
 - г) под барьерами входа понимают факторы, которые препятствуют организовывать производство в отрасли.
8. При анализе экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка и интерпретация полученных результатов: рыночная власть - это способность:
 - а) устанавливать цены выше предельных издержек в долгосрочном периоде;
 - б) устанавливать высокие цены;
 - в) устанавливать барьеры для вступления в отрасль;
 - г) все ответы правильные.

9. В соответствие с Чикагской парадигмой в теории отраслевых рынков скидки на товары являются:
- а) стимулированием рынка;
 - б) дискриминацией на рынке;
 - в) несущественным фактором развития рынка;
 - г) основным фактором развития рынка.
10. Какой из барьеров входа на рынок является стратегическим:
- а) иностранная конкуренция;
 - б) эластичность и темпы роста спроса;
 - в) применение запретительных цен;
 - г) дифференциация продукта.
11. Основные виды «барьеров входа» на отраслевые рынки:
- а) барьеры входа подразделяются в соответствии с конкурентами;
 - б) барьеры входа подразделяются на два вида, связанные с ценовыми и неценовыми стратегиями поведения фирм;
 - в) барьеры входа подразделяются на связанные с ценовыми и неценовыми критериями развития фирм;
 - г) барьеры входа подразделяются в соответствии со стратегиями поведения фирм.
12. Оценка значимости уравнения регрессии осуществляется на основе:
- а) коэффициента детерминации;
 - б) средней квадратической ошибки;
 - в) F-критерия Фишера
 - г) t-критерий Стьюдента.
13. Что не характерно для чистой монополии:
- а) относительная легкость вступления в рынок;
 - б) контроль над ценами, объемами поставок на рынок;
 - в) продавец единственный производитель, отрасль - синоним одной фирмы;
 - г) непреодолимые барьеры для входа на рынок.
14. Что из перечисленного представляет собой барьер для проникновения на отраслевой рынок новых фирм:
- а) возможность повышения цен;
 - б) гранты;
 - в) эффект масштаба;
 - г) проведение фирмами согласованной ценовой политики.
15. Фирмы-олигополисты могут создать искусственные барьеры для вхождения новых фирм в отрасль:
- а) производя только однородные продукты;
 - б) уменьшая дифференцируемость товара;
 - в) если не будут прибегать к неценовой конкуренции;
 - г) приобретая патент на изобретение.

**Комплект тестов
по дисциплине «Теория отраслевых рынков в АПК»
для промежуточной аттестации**

Экзамен по дисциплине проводится в виде итогового теста. Тесты по дисциплине содержат основные вопросы по всем темам, включенным в рабочую программу дисциплины.

Студенту при тестировании предоставляется тестовое задание с вопросами. На каждый из них даны варианты ответа, один из которых правильный. Студенту необходимо выбрать правильный ответ из предложенных ему вариантов ответов.

Для выполнения теста отводится два академических часа.

Примерные задания итогового теста
строить стандартные, анализировать и содержательно интерпретировать
полученные результаты

1. Определение теории отраслевых рынков с учетом экономических процессов и явлений, построения теоретических и эконометрических моделей, - это:
 - а) раздел современной экономической теории, который изучает закономерности формирования рыночной структуры, зависимость стратегического поведения фирмы и результатов их деятельности от особенностей рынков;
 - б) раздел современной экономической теории, который изучает место и роль фирмы в экономике;
 - в) раздел современной экономической теории, который изучает закономерности формирования рыночной структуры;
 - г) раздел современной экономической теории, который изучает зависимость стратегического поведения фирмы и результатов их деятельности от особенностей рынков.
2. Что является областью исследования дисциплины «Теория отраслевых рынков», учитывая этапы эволюции экономики отраслевых рынков и ее основных направлений:
 - а) организация отдельных рынков и отраслей;
 - б) организация отдельных рынков и отраслей, деятельность фирм в отрасли, влияние их решений на отраслевую организацию, принципы поведения фирм на различных рынках, результаты их поведения для всей экономики, варианты отраслевой политики государства;
 - в) экономический анализ рыночных структур;
 - г) рынки, которые нельзя проанализировать с помощью стандартных моделей несовершенной конкуренции.
3. Процессы развития рынка в системе «структура - поведение - результат» определяются:
 - а) специфическими условиями производства и потребления товара;
 - б) макроэкономическими условиями развития рынка;
 - в) изменением конъюнктуры рынка;
 - г) всей вышеперечисленной совокупностью.
4. Большая часть вопросов, рассматриваемых в экономике отраслевых рынков, являются в то же время и предметом:
 - а) экономики отрасли;
 - б) макроэкономики;
 - в) микроэкономики;
 - г) экономики предприятия.
5. Субъекты отраслевого рынка:
 - а) домохозяйства, рынок, государство;
 - б) предприятия, личные хозяйства, государство;
 - в) личные хозяйства, государство, рынок;
 - г) нет правильного ответа.
6. При анализе экономических данных функционирования конкретного отраслевого рынка и интерпретации полученных результатов выделяют три основных направления:
 - а) классическая, неоклассическая и альтернативная;
 - б) макроэкономическая, институциональная и эволюционная;
 - в) неоклассическая, контрактная, институциональная;
 - г) микроэкономическая, неоинституциональная и эволюционная.
7. Какие основные элементы выделены в Гарвардской парадигме:
 - а) структура рынка, поведение фирмы, государство;
 - б) структура рынка, поведение фирмы, результативность рынка;
 - в) структура рынка, поведение покупателей, государство;
 - г) структура рынка, поведение покупателей, результат.

8. Теоретические основы Чикагского подхода:

- а) Гарвардская школа была подвергнута критике со стороны Чикагской школы, представители которой характеризуют отраслевой рынок с позиций микроэкономики - микроэкономический подход;
- б) развитие Чикагского подхода связано с достижениями в области теории ценообразования, с одной стороны, и с доступностью статистической информации на более детальном микроэкономическом уровне – с другой;
- в) Чикагский подход основывается на том, что отраслевой рынок рассматривается с позиций микроэкономики;
- г) Гарвардская школа была дополнена со стороны Чикагской школы, выявлением последствий государственного вмешательства.

9. Каковы основные современные подходы к изучению организации отраслевых рынков:

- а) основные подходы к анализу организации отраслевых рынков сформированы Гарвардской школой;
- б) основные подходы к анализу организации отраслевых рынков сформированы в Гарвардской и Чикагской школах;
- в) основные подходы к анализу организации отраслевых рынков сформированы Чикагской школой;
- г) правильного ответа нет.

10. Дисциплина «Теория отраслевых рынков»:

- а) исследует товарные рынки;
- б) изучает взаимодействия субъектов рынка в рамках товарной организации производства;
- в) исследует преимущественно товарные рынки, на которых в качестве субъектов присутствуют институты бизнеса, государства и домохозяйства;
- г) изучает взаимодействия субъектов рынка и государства.

11. Основные виды «барьеров входа» на отраслевые рынки:

- а) барьеры входа подразделяются в соответствии с конкурентами;
- б) барьеры входа подразделяются на два вида, связанные с ценовыми и неценовыми стратегиями поведения фирм;
- в) барьеры входа подразделяются на связанные с ценовыми и неценовыми критериями развития фирм;
- г) барьеры входа подразделяются в соответствии со стратегиями поведения фирм.

12. К нестратегическим барьерам входа на рынок относится интеграция:

- а) горизонтальная;
- б) прямая;
- в) вертикальная;
- г) условная.

13. Что не характерно для чистой монополии:

- а) относительная легкость вступления в рынок;
- б) контроль над ценами, объемами поставок на рынок;
- в) продавец единственный производитель, отрасль - синоним одной фирмы;
- г) непреодолимые барьеры для входа на рынок.

14. Что из перечисленного представляет собой барьер для проникновения на отраслевой рынок новых фирм:

- а) возможность повышения цен;
- б) гранты;
- в) эффект масштаба;
- г) проведение фирмами согласованной ценовой политики.

15. Косвенный метод наименьших квадратов (КМНК) используется в случае

- а) отсутствия структурной модели;
- б) сверхидентифицируемой структурной модели;
- в) неидентифицируемой структурной модели;

г) идентифицируемой структурной модели.