

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
"Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"**

Факультет экономики, менеджмента и бизнес-информатики
Департамент экономики и финансов

**Рабочая программа дисциплины
Анализ отраслевых рынков**

для направления 38.04.02 Менеджмент
Уровень бакалавра

Авторы программы: А.Ю. Редькина aredkina@hse.ru, О.В. Новикова
onovikova@hse.ru

Одобрена на заседании департамента экономики и финансов «18» января
2016 г.

Руководитель департамента Шакина Е.А. _____

Рекомендована Академическим советом образовательной программы бакалавриата «Менеджмент» и образовательных программ магистратуры «Маркетинг», «Управление проектами: проектный анализ, инвестиции, технологии реализации», «Государственное и муниципальное управление»

«20» января 2016 г., № протокола 8.2.5-10-14/9

Утверждена «20» января 2016 г.

Академический руководитель образовательной программы
И.Н. Шафранская _____

Пермь, 2016

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.

1 Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, изучающих дисциплину «Анализ отраслевых рынков».

Программа разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом высшего образования федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», утвержденный 27.06.2014 г., протокол № 05.
- Рабочим учебным планом университета по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденным в 2015г.

2 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Анализ отраслевых рынков» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент является:

2.1. **В области обучения:** подготовка к организационно-управленческой, информационно-аналитической, предпринимательской и научно-исследовательской деятельности в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня, а также к продолжению обучения в магистратуре и аспирантуре.

2.2. **В области воспитания личности:** формирование необходимых менеджеру социальных и личностных качеств: гражданственности, толерантности, общей культуры, ответственности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, коммуникативности, умению работать в команде, лидерских качеств.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- О круге вопросов, задач и практических проблем, встающих при анализе рынков и отраслей;
- Об особенностях основных типов рыночных структур и закономерностях взаимодействия фирм на рынках;

Уметь:

- использовать приобретенный инструментальный микроэкономического анализа для исследования функционирования рынков и взаимодействия фирм на них;

Иметь навыки:

- использования изучаемых подходов для анализа реальных ситуаций, возникающих на рынках.



В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
Способен решать проблемы в профессиональной деятельности на основе анализа и синтеза	УК-3	Анализирует информацию, обобщает данные в соответствии с базовыми знаниями и структурой курса, применяет знания при необходимости проведения анализа практических ситуаций	Кейсы, дискуссии в ходе семинаров, доклады
Способен работать в команде	УК-7	Взаимодействует с другими студентами или преподавателями при решении сложных задач, работает с другими студентами в мини-группах над решением кейсов	Анализ кейсов, выполнение практических заданий
Способен критически оценивать и переосмыслить накопленный опыт (собственный и чужой), рефлексировать профессиональную и социальную деятельность	УК-9	Обосновывает свой выбор источников информации при решении поставленных задач, представляет информацию последовательно, структурировано, способен понимать, критически воспринимать и интерпретировать полученную информацию	Анализ кейсов, разбор статей, выполнение практических заданий
Способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса	ПК-19	Способен провести анализ конкретного рынка для принятия соответствующих решений	Практические задания, анализ кейсов, дискуссии на семинарах
Способен проводить анализ конкурентной среды	ПК-20	Способен провести анализ конкурентной среды для выработки соответствующих решений	Практические задания, анализ кейсов, дискуссии на семинарах
Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач	ПК-31	Интерпретирует данные в соответствии со знанием экономической статистики, представляет информацию последовательно, структурировано, применяет знания экономической статистики при решении задач, оценивает полученные результаты	Анализ кейсов, практические задания, дискуссии на семинарах



4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу и части базовых дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Экономическая теория и институциональная экономика
- Экономическая статистика
- Финансовый менеджмент

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

Основные понятия, касающиеся анализа рынков из раздела «Микроэкономика» (дисциплина «Экономическая теория»): рынок, основные типы рыночных структур (совершенная конкуренция, монополия, олигополия, монополистическая конкуренция), спрос, эластичности спроса (ценовая, перекрестная), экономические ресурсы; из раздела «Институциональная экономика» той же дисциплины: формальные и неформальные нормы, специфичность актива как причина вертикальной интеграции. Основные статистические показатели деятельности фирмы. Понятие дисконтирования и навыки его проведения.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Основы предпринимательства
- Маркетинг

5 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	
1	Введение в предмет. Рынок и отрасль. Границы рынка и отрасли	24	4	4	-	16
2	Барьеры входа	26	4	4	-	18
3	Монополия и монополия власть	24	4	4	-	16
4	Доминирующая фирма	24	4	4	-	16
5	Кооперативное поведение	26	4	4	-	18
6	Ценовая дискриминация	22	2	4	-	16
7	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	24	4	4	-	16
8	Дифференциация продукта и реклама	20	2	2	-	16
	Всего часов	190	28	30	-	132

6 Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1 год				Параметры **
		1	2	3	4	
Текущий (неделя)	Контрольная работа			10		Письменная работа 80 минут, решение задач



	Домашнее задание			1-10		Анализ кейса, времени на подготовку – 2 недели, в микрогруппах, результаты представляются в письменном виде и презентуются на семинарах
Итоговый	Экзамен			*		Экзамен в письменной форме, тест и открытые вопросы, 80 минут.

6.1 Критерии оценки знаний, навыков

Студент должен уметь воспроизводить, анализировать информацию, логически верно, аргументировано и ясно строить письменную речь; использовать освоенный инструментарий микроэкономического и институционального анализа для исследования функционирования рынков и характеристики стратегий, используемых фирмами.

Основными критериями оценки работы на семинаре служат активное участие в дискуссиях, докладах, презентациях (групповых работах), посещение, выполнение микроконтролей и домашних заданий.

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

6.2 Порядок формирования оценок по дисциплине

Преподаватель оценивает работу студентов на семинарских занятиях: активность студентов при обсуждении кейсов, правильность решения задач на семинарах. Оценки за работу на семинарских занятиях преподаватель выставляет в рабочую ведомость. Оценка по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских занятиях определяется перед промежуточным или итоговым контролем и называется - *О_{аудиторная}*.

Накопленная оценка за текущий контроль учитывает результаты студента по текущему контролю следующим образом:

$$O_{\text{накопленная}} = 2/3 * O_{\text{текущий}} + 1/3 * O_{\text{аудиторная}}$$

где $O_{\text{текущий}}$ рассчитывается как взвешенная сумма всех форм текущего контроля, предусмотренных в РУП:

$$O_{\text{текущий}} = n_1 * O_{\text{к/р}} + n_2 * O_{\text{д/з}},$$

при этом $n_1 = 0,5$, $n_2 = 0,5$,

Способ округления накопленной оценки текущего контроля: арифметический.

Результующая оценка за дисциплину рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{результующая}} = 0,6 * O_{\text{накопленная}} + 0,4 * O_{\text{экз/зач}}$$

Способ округления накопленной оценки промежуточного (итогового) контроля в форме экзамена: арифметический.



7 Содержание дисциплины

Раздел 1. Рынки и отрасли

ТЕМА 1. Введение в предмет. Рынок и отрасль. Границы рынка и отрасли

Введение в экономику отраслевых рынков. Значение теории отраслевых рынков для: определения стратегии и тактики поведения фирмы в разных рыночных структурах, классификации рынков, регулирования деятельности фирм, выработки оптимальной промышленной и антимонопольной политики государства.

Рынок (определение). Основные классификации рынков. Классификационные признаки рыночных структур. Сравнительный анализ основных типов рыночных структур: рынки совершенной и работающей конкуренции, квазиконкурентные рынки, монополистическая конкуренция, олигополия, рынки с вертикальной интеграцией (или ограничениями), рынки с доминирующей фирмой, чистая монополия и монополия, естественная монополия, картель (полный и неполный).

Факторы, определяющие структуру рынка: эффект масштаба (факторы, определяющие эффект масштаба, факторы, ограничивающие эффект масштаба), случайные факторы, воздействие государства, эластичность и темпы роста спроса, иностранная конкуренция, необратимые издержки.

Определение границ рынков (продуктовые и географические границы — подходы к определению). Отрасль (определение). Несовпадение понятий рынок и отрасль. Выделение отраслей на практике.

Количество часов аудиторной работы: 8.

Количество часов самостоятельной работы: 16 (на выполнение заданий по текущему контролю – 8, подготовки к семинарским и практическим занятиям – 8).

ТЕМА 2. БАРЬЕРЫ ВХОДА

Понятие барьеров входа (определения Дж.Бэйна, Дж.Стиглера, А.Вайзцекера). Классификация отраслей по высоте барьеров входа, предложенная Дж.Бейном. Классификация барьеров входа.

Нестратегические барьеры. Емкость рынка. Барьер капитальных затрат. Абсолютное преимущество в издержках производства старых фирм. Относительные преимущества в издержках. Административные барьеры. Состояние инфраструктуры. Репутация. Криминализация.

Стратегические барьеры. Ценообразование, ограничивающее вход (модель Бейна, модель Модильяни). Проблемы, связанные с построением данного барьера. Грабительское ценообразование. Барьер избыточных мощностей. Дополнительные инвестиции в оборудование. Долгосрочные контракты с третьими лицами. Дифференциация товара. Оценка высоты барьеров входа. Динамика рынка (проблемы входа-выхода с точки зрения долгосрочного периода). Особенности барьеров в российской экономике.

Количество часов аудиторной работы: 8.

Количество часов самостоятельной работы: 18 (на выполнение заданий по текущему контролю – 9, подготовки к семинарским и практическим занятиям – 9).

ТЕМА 2. Монополия и монопольная власть

Монопольный рынок: предпосылки анализа, основные выводы по модели чистой монополии. Воздействие монополии на общественное благосостояние. Оценка чистых потерь монополии: различные варианты линейного и нелинейного случаев. Измерение чистых потерь общества от монополии на практике. Проблемы, возникающие при оценке величины чистых потерь на практике.

Факторы, не учтенные при традиционной оценке потерь монополии: взаимное влияние отраслей, эффект дохода, повышение качества продукции, временной фактор, социальные издержки и X-неэффективность.



Многозаводской монополист. Модель монополиста, принимающего решение об оптимальном выпуске на нескольких заводах с разными технологиями. Модель монополиста, принимающего решение об определении числа заводов.

Показатели рыночной власти фирм: индекс Бейна, индекс Лернера, коэффициент Тобина, коэффициент Ротшильда. Трудности, возникающие при подсчете индексов на практике, опыт их расчета и интерпретации для определения рыночной структуры и рыночной власти фирмы в развитых странах.

Показатели концентрации как характеристика структуры рынков. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших фирм, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана. Оценка значений этих показателей в теории и на практике. Положительные стороны и ограничения каждого.

Количество часов аудиторной работы: 8.

Количество часов самостоятельной работы: 16 (на выполнение заданий по текущему контролю – 8, подготовки к семинарским и практическим занятиям – 8).

ТЕМА 4. ДОМИНИРУЮЩАЯ ФИРМА

Определение доминирующей фирмы Причины возникновения доминирующей фирмы.

Антимонопольное регулирование поведения доминирующей фирмы. Способы злоупотребления доминирующим положением. Хищническое ценообразование.

Коллективное доминирование.

Количество часов аудиторной работы: 8.

Количество часов самостоятельной работы: 16 (на выполнение заданий по текущему контролю – 8, подготовки к семинарским и практическим занятиям – 8).

Литература по разделу:

Базовый учебник:

1. Шай О. Организация отраслевых рынков. Теория и ее применение = Industrial Organization: [учебник] /; пер. с англ. Н.В. Шилова ; ред. М.И. Левин ; НИУ ВШЭ . - М. : ИД ВШЭ , 2014. Гл. 5, 6,7,8
2. Кабраль Л.М.Б. Организация отраслевых рынков: вводный курс. Мн.: Новое знание, 2003. Гл. 1,2,5,6,9
3. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008. Главы 1,2,4,6

Основная:

4. Авдашева С.Б., Розанова Н.М, Теория организации отраслевых рынков. М., Магистр, 1998. Гл. 1-3, 5
5. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. В 2-х т. С.-Пб., Экономическая школа, 1997. Т.2 Гл. 11
6. «50 лекций по микроэкономике». В 2-х т. С.-Пб., Экономическая школа, 2000.

Дополнительная:

7. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. В 2-х т. С.-Пб.: Экономическая школа, 1999.
8. Хэй Д., Моррис Д. Теория организации промышленности. В 2-х т. С.-Пб., Экономическая школа, 1999.



9. Милгром П., Робертс Д. «Экономика, организация и менеджмент», С.-Пб., Экономическая школа, 1999.
10. Shy Oz. Industrial Organization. Theory and Applications, 1995.
11. Carlton D., Perloff J. Modern Industrial Organization. Harper Collins, USA, 1994.

Формы и методы контроля по разделу 1 «Анализа отраслевых рынков», применяемые учебные технологии:

Для проведения лекционных занятий могут использоваться рабочая тетрадь и презентации.

На семинарских занятиях используются следующие методы обучения:

1. Решение расчетных задач;
2. Обсуждение практических ситуаций с предварительной подготовкой докладов по группам;
3. Доклады студентов.
4. Кейсы.

На контрольных работах проверяется:

1. Знание теории;
2. Умение решать задачи;
3. Умение применить теорию для решения упрощенных практических ситуаций (мини-кейсов).

Раздел 2. Стратегии поведения фирм

ТЕМА 5. КООПЕРАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Классификация моделей кооперативного поведения. Причины возникновения картелей. Простая (статическая) модель полного картеля. Динамическая модель картеля (условие стабильности). Народная теорема.

Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: число фирм, частота изменения цен, изменения спроса, асимметрия между фирмами, горизонтальная продуктовая дифференциация, ограничение по мощности, диверсификация (многопродуктовые фирмы). Методы предотвращения нарушения картельного соглашения.

Количество часов аудиторной работы: 8.

Количество часов самостоятельной работы: 18 (на выполнение заданий по текущему контролю – 9, подготовки к семинарским и практическим занятиям – 9).

ТЕМА 6. ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ

Ценовая дискриминация: мотивы и условия эффективного осуществления. Факторы, исключаящие арбитраж.

Практика ценовой дискриминации: двухчастный тариф, блочный тариф, оптовые продажи, взаимосвязанные продажи, нелинейное ценообразование (определение комбинаций объема покупки/цены), сезонное ценообразование.

Типы ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация первого типа (условия осуществления, последствия). Ценовая дискриминация второго типа: виды реализации. Двухчастный тариф. Ценовая дискриминация третьего типа. Влияние ценовой дискриминации разных типов на общественное благосостояние.

Количество часов аудиторной работы: 6.

Количество часов самостоятельной работы: 16 (на выполнение заданий по текущему контролю – 8, подготовки к семинарским и практическим занятиям – 8).



ТЕМА 7. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ВЕРТИКАЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ

Вертикальная интеграция (определение). Виды вертикальной интеграции. Вертикальные ограничения. Типы вертикальных ограничений. Стимулы к вертикальной интеграции и заключению вертикальных ограничений. Снижение трансакционных издержек. Решение проблемы двойной монопольной надбавки. Стремление фирмы снизить давление государственного регулирования. Использование ценовой дискриминации. Диверсификация производства. Стремление снизить потери от монопольной власти других фирм

Риск недобросовестного поведения и проблема "безбилетника" в отношениях производителя и дилера (посредника). Формы вертикальных ограничений. «Ценовые» контракты: линейная цена, 2-х частный тариф (плата за франшизу), установление минимальной и максимальной цены перепродажи (контроль уровня розничных цен). Квоты продаж. Практика "исключительной территории" и "исключительных контрактов". Участие в собственности. Положительные и отрицательные последствия вертикальной интеграции и вертикальных ограничений. Практика антимонопольного регулирования вертикальных ограничений.

Количество часов аудиторной работы: 8.

Количество часов самостоятельной работы: 16 (на выполнение заданий по текущему контролю – 8, подготовки к семинарским и практическим занятиям – 8).

ТЕМА 8. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОДУКТА И РЕКЛАМА

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

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

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

Реклама. Виды рекламы. Экономические функции рекламы: информирование, увещевание, сигнализирование. Интенсивность рекламы. Ценовая конкуренция и реклама

Количество часов аудиторной работы: 4.

Количество часов самостоятельной работы: 16 (на выполнение заданий по текущему контролю – 8, подготовки к семинарским и практическим занятиям – 8).

Литература по разделу:

Базовый учебник:

1. Шай О. Организация отраслевых рынков. Теория и ее применение = Industrial Organization: [учебник] /; пер. с англ. Н.В. Шилова ; ред. М.И. Левин ; НИУ ВШЭ . - М. : ИД ВШЭ , 2014. Гл. 11, 14
2. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008. Главы 3,5,7,12
3. Кабраль Л.М.Б. Организация отраслевых рынков: вводный курс. Мн.: Новое знание, 2003. Гл. 8, 10-13

Основная:

4. Авдашева С.Б., Розанова Н.М, Теория организации отраслевых рынков. М., Магистр, 1998.
5. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. В 2-х т. С.-Пб., Экономическая школа, 1997.
6. «50 лекций по микроэкономике». В 2-х т. С.-Пб., Экономическая школа, 2000.



Дополнительная:

7. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. В 2-х т. С-Пб.: Экономическая школа, 1999.
8. Шерер Ф.М., Росс Д., Структура отраслевых рынков. М.: Инфра-М, 1997.
9. Хэй Д., Моррис Д. Теория организации промышленности. В 2-х т. С.-Пб., Экономическая школа, 1999.
10. Милгром П., Робертс Д. «Экономика, организация и менеджмент», С.-Пб., Экономическая школа, 1999.
11. Дж. Робинсон. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М., 1994.
12. Э.Чемберлин. Теория монополистической конкуренции, М., 1996.
13. Shy Oz. Industrial Organization. Theory and Applications, 1995.
14. Carlton D., Perloff J. Modern Industrial Organization. Harper Collins, USA, 1994.
15. Shepherd W.G. The Economics of Industrial Organization: Analysis, Markets, and Policies. Prentice-Hall International, Inc. 1997.
16. Lipczynski J., Wilson J. Industrial Organization: An Analysis of Competitive Markets / Prentice-Hall International, Inc. 2001.
17. Wolfstetter E. Topics in Microeconomics. Industrial Organization, Auctions and Incentives. Cambridge University Press, 1999.
18. Martin S. Advanced Industrial Economics, Blackwell, 1993.
19. Jacobson D., Andreosso-O, Callaghan B. Industrial Economics and Organization., 1996.

Формы и методы контроля по разделу 2 «Анализа отраслевых рынков», применяемые учебные технологии:

Для проведения лекционных занятий могут использоваться рабочая тетрадь и презентации.

На семинарских занятиях используются следующие методы обучения:

5. Решение расчетных задач;
6. Обсуждение практических ситуаций с предварительной подготовкой докладов по группам;
7. Доклады студентов.
8. Кейсы.

На контрольных работах проверяется:

4. Знание теории;
5. Умение решать задачи;
6. Умение применить теорию для решения упрощенных практических ситуаций (мини-кейсов).

8 Образовательные технологии

Программа предусматривает проведение семинарских занятий, на которых решаются расчётные задачи, использующие теоретический материал, данный на лекциях; проводится обсуждение и анализ кейсов (упрощенных практических ситуаций) с применением активных методов обучения, отрабатываются навыки выступления и дискуссии во время докладов студентов.

На семинарских занятиях используются следующие методы обучения:

1. Решение расчетных и качественных задач;
2. Обсуждение кейсов (практических ситуаций) с предварительной подготовкой докладов по группам.
3. Доклады студентов.
4. Обсуждение теории



На каждом семинарском занятии студент получает домашнее задание. Выполнение его является обязательным. Студенту рекомендуется следующая схема подготовки домашнего задания:

1. изучить лекционный материал;
2. прочитать основную и дополнительную литературу;
3. решить заданные задачи;
4. при затруднениях сформулировать вопросы преподавателю.

Анализ кейса и подготовка его презентации предполагает работу в группе из 2-3 человек. Группа вырабатывает мнение по заданным вопросам, используя предоставленные данные и проведя самостоятельный поиск информации. На семинарском занятии группа проводит презентацию кейса, отвечают на вопросы других студентов и преподавателя.

При подготовке доклада необходимо обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, предоставить напечатанный доклад за день до семинарского занятия.

Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, основной и дополнительной литературы, публикаций в периодических изданиях; подготовку к семинарским занятиям в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время индивидуальных консультаций.

Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углублённого изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на лекциях, отработка навыков решения задач и системного анализа ситуаций на семинарских занятиях, контроль знаний студентов.

9 Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

9.1 Тематика заданий текущего контроля

Примерные задания для домашней работы по курсу «Анализ отраслевых рынков»:

1. Домашняя работа предполагает проведение анализа практических ситуаций (кейсов) с представлением результата в письменном виде (50% оценки) и презентации основных выводов в ходе семинарских занятий (доклад – 50% оценки). Работа проводится в микрогруппах (2-3 человека).
2. Примерами заданий могут служить Кейсы №7, 8 из сборника Савицкая Е.В., Лебединская Е.В. Экономический анализ современных рынков // Изд.дом ГУ ВШЭ, 2007.
3. Тематика практических ситуаций касается всех разделов и тем курса

Примерные вопросы/ задания для контрольной работы по разделу курса «Анализ отраслевых рынков»:

1. Общие издержки зависят от выпуска как $TC=10Q$, где Q – в тыс. шт. При этом постоянные издержки составляют 25 тыс. руб. Предельная выручка монополиста зависит от объема продаж как $MR=50-Q$. По какой цене монополия продает товар? Определите показатель монопольной власти фирмы
2. Издержки единицы товара для продавца постоянны и составляют 2. На рынке продавец сталкивается с покупателями двух типов. Функция спроса покупателя первого типа $Q_1 = 20 - P$; функция спроса покупателя второго типа $Q_2 = 20 - 2P$. Общее число покупателей составляет 1000, по 500 покупателей каждого типа. Определите объем продаж фирмы, сумму ее прибыли, величину выигрыша потребителей и общественного благосостояния:

- a. если фирма осуществляет ценовую дискриминацию первого типа;
 - b. если фирма осуществляет ценовую дискриминацию третьего типа;
 - c. если фирма вообще не проводит ценовой дискриминации.
- Решение проиллюстрируйте графически.

3. Рыночный спрос на конечную продукцию описывается уравнением $Q_d = 100 - p$. Технология производства конечной продукции предполагает фиксированные пропорции использования двух типов промежуточной продукции (A и C): для выпуска единицы конечной продукции необходима одна единица промежуточного продукта A и одна единица промежуточного продукта C. Рынок промежуточного продукта C конкурентный, средние издержки производства продукта составляют 2. Средние и предельные издержки производства промежуточной продукции A также равны 2. Определите, как повлияет вертикальная интеграция на прибыль фирм на рынке и выигрыш потребителя конечной продукции, при условии, что на рынке промежуточной продукции A, и на рынке конечной продукции действует по одному производителю монополисту.

9.2 Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

1. Введение в теорию отраслевых рынков. Исторический экскурс: SCP-парадигма; новый эмпирический подход. Использование экономической теории отраслевых рынков для выработки стратегии и тактики поведения фирмы в разных рыночных структурах, классификации рынков, регулирования отраслевого поведения фирм, выработки оптимальной промышленной и отраслевой политики правительства.
2. Рынок (определение). Отрасль (определение). Несовпадение понятий рынок и отрасль. Классификации рынков. Классификационные признаки рыночных структур. Примеры. Выделение рынков (подходы к определению рыночных границ). Выделение отраслей на практике. Проблемы, возникающие при выделении рынков и отраслей на практике.
3. Показатели рыночной власти фирм: индекс Бейна, индекс Лернера, коэффициент Тобина. Трудности, возникающие при подсчете индексов на практике. Опыт оценки значений этих показателей для определения монопольной власти отдельной фирмы и характеристики рыночной структуры в развитых странах.
4. Показатели концентрации как характеристика структуры рынков. Требования к показателям концентрации: критерии первого и второго порядка. Кривые концентрации. Критерии Хана-Кея. Индекс Херфиндала-Хиршмана, индекс концентрации крупнейших производителей отрасли, показатели абсолютной и относительной энтропии, дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей, индекс Ханна-Кея, коэффициент Джини, индекс Холла-Тайдмана. Интерпретация значений этих показателей. Область этих применения показателей и варианты использования на практике. Положительные стороны и недостатки (ограничения) каждого индекса.
5. Монопольный рынок: предпосылки анализа, основные выводы по модели чистой монополии.
6. Воздействие монополии на общественное благосостояние. Оценка чистых потерь монополии: различные варианты функций спроса и издержек (линейный и нелинейный случаи). Измерение чистых потерь общества от монополии на практике. Проблемы, возникающие при оценке величины чистых потерь на практике.
7. Факторы, неучтенные при традиционной оценке потерь монополии: взаимное влияние отраслей, эффект дохода, повышение качества продукции, временной фактор, социальные издержки, рентоориентированное поведение и X-(не)эффективность.
8. Многозаводской монополист (2 модели).
9. Монополия на рынке товаров длительного пользования. Межвременная дискриминация. Парадокс Коуза.

10. Определения барьеров входа (подходы Бэйна, Стиглера, Вайзцекера). Классификация барьеров входа. Классификация отраслей по барьерам входа. Примеры.
11. Нестратегические барьеры (определение). Барьер капитальных затрат. Абсолютное преимущество в издержках производства фирм-старожилов. Относительные преимущества в издержках. Примеры.
12. Нестратегические барьеры (определение). Емкость рынка. Административные барьеры. Состояние инфраструктуры. Репутация фирмы-старожила. Криминализация. Примеры.
13. Стратегические барьеры (определение). Грабительское ценообразование. Дополнительные инвестиции в оборудование. Долгосрочные контракты с третьими лицами. Дифференциация товара. Примеры.
14. Оценка высоты барьеров входа. Динамика рынка (проблемы входа-выхода с точки зрения долгосрочного периода).
15. Определение доминирующей фирмы, примеры из практики. Причины возникновения доминирующей фирмы.
16. Злоупотребление доминирующим положением (антимонопольная практика).
17. Мягкие формы кооперативного поведения (=сознательный параллелизм=молчаливый сговор): понятие, отличие от явного сговора, формы проявления (барометрическое лидерство; эвристическое ценообразование). Антимонопольное регулирование молчаливого сговора. Примеры.
18. Классификация моделей кооперативного поведения. Причины возникновения картелей. Простая (статическая) модель полного картеля. Нестабильность картеля.
19. Классификация моделей кооперативного поведения. Динамическая модель картеля (условие стабильности). Народная теорема, «показатель терпеливости фирмы».
20. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: число фирм, частота пересмотра цен, изменения спроса.
21. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: асимметрия между фирмами.
22. Факторы, влияющие на стабильность картеля в долгосрочном периоде: горизонтальная продуктовая дифференциация, ограничение по мощности, диверсификация (многопродуктовые фирмы). Методы предотвращения нарушения картельного соглашения.
23. Картельные соглашения: примеры из антимонопольной практики, проблемы выявления, программа освобождения от ответственности.
24. Вертикальная интеграция (определение). Виды вертикальной интеграции. Вертикальные ограничения. Виды вертикальных ограничений. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить) Снижение трансакционных издержек. Примеры.
25. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить). Решение проблемы двойной монопольной надбавки. Примеры.
26. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить). Стремление фирмы снизить давление гос. регулирования. Использование ценовой дискриминации. Диверсификация производства. Стремление снизить потери от монопольной власти других фирм. Примеры.
27. Стимулы к ВИ и ВО (перечислить). Риск недобросовестного поведения и проблема «безбилетника» в отношениях производителя и дилера (посредника). Примеры. Формы вертикальных ограничений. Контроль уровня розничных цен. Квоты продаж. Примеры.
28. Формы вертикальных ограничений (перечислить все). Практика "исключительной территории" и "исключительных контрактов". Связывание. Участие в собственности. Франчайзинг. Примеры.



29. Положительные и отрицательные последствия вертикальной интеграции (вертикальных ограничений). *Примеры*: случаи особой эффективности вертикальной интеграции с точки зрения фирмы и/или общества в целом.
30. Ценовая дискриминация: мотивы проведения и условия эффективного осуществления. Типы ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация первого типа: условия осуществления, результаты. Влияние ценовой дискриминации первого типа на общественное благосостояние.
31. Типы ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация третьего типа. Влияние арбитража. Факторы, исключающие арбитраж. Примеры.
32. Способы реализации ценовой дискриминации: двухчастный тариф, блочный тариф, оптовые продажи, взаимосвязанные продажи, нелинейное ценообразование (определение комбинаций объема покупки/цены), сезонное ценообразование. Примеры.

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

10.1 Базовый учебник

1. Шай О. Организация отраслевых рынков. Теория и ее применение = Industrial Organization: [учебник] /; пер. с англ. Н.В. Шилова ; ред. М.И. Левин ; НИУ ВШЭ . - М. : ИД ВШЭ , 2014. - 503 с
2. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.
3. Кабраль Л.М.Б. Организация отраслевых рынков: вводный курс. Мн.: Новое знание, 2003.– 356 с

10.2 Основная литература

4. Авдашева С.Б., Розанова Н.М, Теория организации отраслевых рынков. М., Магистр, 1998.
5. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. В 2-х т. С.-Пб., Экономическая школа, 1997.
6. «50 лекций по микроэкономике». В 2-х т. С.-Пб., Экономическая школа, 2000.

10.3 Дополнительная литература

7. Савицкая Е.В., Лебединская Е.В. Экономический анализ современных рынков // Изд.дом ГУ ВШЭ, 2007.
8. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. В 2-х т. С.-Пб.: Экономическая школа, 1999.
9. Шерер Ф.М., Росс Д., Структура отраслевых рынков. М.: Инфра-М, 1997.
10. Хэй Д., Моррис Д. Теория организации промышленности. В 2-х т. С.-Пб., Экономическая школа, 1999.
11. Милгром П., Робертс Д. «Экономика, организация и менеджмент», С.-Пб., Экономическая школа, 1999.
12. Дж. Робинсон. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М., 1994.
13. Э.Чемберлин. Теория монополистической конкуренции, М., 1996.
14. Shy Oz. Industrial Organization. Theory and Applications, 1995.
15. Carlton D., Perloff J. Modern Industrial Organization. Harper Collins, USA, 1994.

10.4 Справочники, словари, энциклопедии

1. The New Palgrave Dictionary of Economics. Second Edition. Eds. Steven N. Durlauf and Lawrence E. Blume. Palgrave Macmillan, 2008.



2. The New Palgrave Dictionary of Economics Online. Palgrave Macmillan.
<http://www.dictionaryofeconomics.com/>

10.5 Программные средства

Для успешного освоения дисциплины, студент использует следующие программные средства: Microsoft Office (Excel, Word, Power Point).

10.6 Дистанционная поддержка дисциплины

Осуществляется с помощью в системы LMS.

11 Материально-техническое обеспечение дисциплины

На лекциях и семинарах возможно использование мультимедийного проектора для показа презентаций и др. наглядных материалов. Возможно использование программных продуктов для проведения тестирования.