ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

1. Цель освоения дисциплины

Ознакомить студентов с историей развития теории рыночных взаимодействий, методологическими и методическими основами исследования поведения компаний в зависимости от специфики отрасли и особенностей структуры рынка.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Экономика отраслевых рынков» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.
Для освоения дисциплины «Экономика отраслевых рынков» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Бухгалтерский учет и аудит в образовательном учреждении», «Государственное регулирование экономики», «Национальная экономика», «Нормативно-правовое регулирование образовательной деятельности», «Патриотическое воспитание современных школьников», «Планирование и управление образовательными процессами», «Профориентационная работа в старших классах», «Финансовый практикум», «Финансы организации», «Экономика образования», «Экономика образовательной организации», «Экономическая теория», «Маркетинг образовательных услуг», «Налоги и налогообложение», «Основы менеджмента», «Основы управления персоналом», «Рынок труда», «Численные методы», «Экономика малого бизнеса», «Экономика труда».
Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Анализ хозяйственной деятельности образовательного учреждения», «Мотивация и стимулирование трудовой деятельности», «Основы предпринимательской деятельности», «Управление человеческими ресурсами».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:
– способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
– способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать
– теорию игр и эндогенность структуры рынка;
– понятие предпринимательства, его место и роль в организации отраслевых рынков;
– виды экономических объединений;
– рыночную структура и ее основные черты;
– учет сезонного фактора в ценах, его влияние на доходы;

уметь
– анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на уровне отраслевых рынков;
– проводить отраслевой анализ и анализ рыночных структур;
– анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, имеющих место на современных отраслевых рынках, выявлять тенденции изменения социально- экономических показателей;

– характеризовать статику и динамику структуры отраслевых рынков;
– выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, возникающих в ходе функционирования отраслевого рынка, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности рыночных структур и результативности отраслевого рынка в целом;

владеть
– навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по теории отраслевых рынков и практикой ее развития; навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по данной проблематике.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,
общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т.ч. аудиторных часов – 46 ч., СРС – 58 ч.),
распределение по семестрам – 9,
форма и место отчётности – аттестация с оценкой (9 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Предмет и методология теории отраслевых рынков.
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.

Основные концепции теории фирмы.
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.

Вертикальный контроль на отраслевых рынках.
Динамика рынка. Виды экономических объединений. Типы слияний. Горизонтальные и вертикальные слияния, промежуточные, конечные и взаимозамещающие продукты. Контроль слияний со стороны государства, мировой опыт. Последствия интеграции. Слияния и поглощения. Враждебные поглощения. Причины поглощений. Цели и способы поглощений. Варианты борьбы с враждебными поглощениями. Взаимосвязь с рыночной структурой.

Олигополистические рынки: модели кооперативного и некооперативного стратегического поведения.
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. Олигополия Курно: теоретические предпосылки модели. Модель дуополии Курно. Модель дуополии Штакельберга. Монополия. Виды монополий. Х – неэффективность монополии.

Общественные издержки существования монополии. Естественная монополия. Показатели монопольной власти. Потери общества от монополизации рынка. Анализ структуры рынков. Факторы, определяющие структуру рынка. Концепции строения рыночных структур по Штакельбергу и Шереру и Россу. Структуры рынка, патенты и технологические инновации. Границы рынка: продуктовые границы, временные границы, локальные границы. Важность определения границ рынка в теоретических и эмпирических исследованиях. Показатели рыночной власти: индекс Бейна, индекс Лернера, коэффициент Тобина, индекс Папандреу.

Динамические модели стратегического поведения фирм.
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.

6. Разработчик

Самсонова Марина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».