



УТВЕРЖДЕНО

на заседании Учёного совета

ОУП ВО «АТиСО»

«23» апреля 2024 года протоколом № 54

**Нестеренко Ирина
Юрьевна**

Подписано цифровой подписью:

Нестеренко Ирина Юрьевна

Дата: 2024.10.17 14:04:40 +05'00'

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

**Направление подготовки
38.03.01 Экономика**

**Направленность (профиль) подготовки
Экономика предприятия и организации**

**Квалификация выпускника
«Бакалавр»**

КАФЕДРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Разработчики программы:

кандидат экономических наук, доцент Г.В. Фадейчева

Заведующий кафедрой
экономической теории

Л.А. Юнусов

«16» апреля 2024 г.

Декан экономического факультета

А. И. Кривцов

«19» апреля 2024 г.

Оглавление

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине.	3
2.2 Результаты освоения образовательной программы:	4
3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ.....	5
5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	6
5.1 Содержание дисциплины (модуля)	6
5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий	9
6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	9
7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА	23
8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	25
9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	25
10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	25

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью изучения дисциплины является – формирование у обучающихся понимания основных закономерностей и принципов функционирования отраслевых рынков, с целью рационального выбора стратегии фирмы.

Задачи изучения дисциплины:

- выявить роль предпринимательства в организации отраслевых рынков,
- изучить виды экономических объединений и уметь применять полученные навыки на практике,
- получить навыки анализа и интерпретации данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, относящихся к современным отраслевым рынкам, выявления тенденций изменения социально-экономических показателей,
- охарактеризовать статику и динамику структуры отраслевых рынков,
- научиться проводить отраслевой анализ и анализ рыночных структур.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины «Экономика отраслевых рынков» направлено на формирование следующих компетенций:

универсальных компетенций и индикаторов их достижения:

Категория (группа) УК	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижений универсальной компетенции
УК-3	УК- 3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2. Определяет особенности поведения групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности, проявляет при этом лидерские качества УК-3.3. Эффективно взаимодействует с другими членами коллектива, участвует в обмен информацией, знаниями и опытом

профессиональных компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) ПК	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижений профессиональной компетенции
-----------------------	---	---

ПК-4	Способен осуществлять корпоративное планирование и прогнозирование деятельности предприятия в т.ч.: стратегическое корпоративное планирование производственно-экономической деятельности, оперативное планирование, разрабатывать производственную программу и план развития предприятия (организации), реализовывать различные бизнес-проекты на основе их экономического обоснования	ПК-4.1. Обладает знаниями механизма формирования корпоративного планирования ПК-4.2. Обладает умением оценивать воздействие корпоративного планирования на систему разработки стратегического и оперативного планирования ПК-4.3. Владеет инструментарием планирования и прогнозирования корпоративной деятельности и навыками разработки бизнес-проектов и программ
------	--	--

2.2 Результаты освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- теоретические основы и закономерности функционирования экономики отраслевых рынков,
- основные понятия, категории и инструменты экономик отраслевых рынков,
- весь спектр ключевых микроэкономических моделей (их предпосылки, алгоритм построения, графические интерпретации, аналитические обоснования, следствия и выводы, область практического применения);
- основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микроуровне
- цели, механизмы и последствия экономической политики государства на микроуровне, ее влияние на поведение экономических субъектов, функционирование рынков и социально-экономическую эффективность.

Уметь:

- опираясь на микроэкономическую теорию, выявлять и анализировать микроэкономические проблемы, а также предлагать обоснованные способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности;
- рассчитывать на основе типовых методик микроэкономические показатели;
- с помощью микроэкономических моделей конкурентных и неконкурентных рынков решать гипотетические задачи, отвечая на поставленные вопросы;
- делать аргументированные выводы на основе полученных результатов;
- исследовать закономерности развития экономики отраслевых рынков, поддерживать научную дискуссию по микроэкономической проблематике.

Владеть

- методами анализа отраслевых рынков;

- навыками самостоятельного приобретения новых знаний по экономике отраслевых рынков;
- современными методами сбора и обработки данных для микроэкономического анализа;
- способами расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические явления и процессы на микроуровне.
- **Навыки и/или опыт деятельности:**
- формирование эффективного подхода к решению проблем, возникающих на микроуровне,
- владение методикой и методологией проведения исследования экономических процессов на отраслевых рынках,
- владение навыками поиска и применения информации о динамике экономических процессов на микроуровне

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «Экономика отраслевых рынков» относится к дисциплинам профиля «Экономика предприятия и организации» части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, направления подготовки 38.03.01 ЭКОНОМИКА профиля «Экономика предприятия и организации».

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	4/144	4/144	
Контактная работа – аудиторные занятия:	46	30	
Лекции	20	12	
Семинары, практические занятия	26	18	
Лабораторные работы			
Консультации (зачет/экзамен)			
Самостоятельная работа обучающегося (всего с промежуточной аттестацией)	98	114	
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Предмет и метод экономики отраслевых рынков. Ключевые участники отраслевых взаимодействий.

Экономика отраслевых рынков как особая сфера анализа и преподавания. Место экономики отраслевых рынков в системе экономических дисциплин. Микроэкономика и экономика отраслевых рынков. Корпоративное управление и экономика отраслевых рынков. Стратегический менеджмент и экономика отраслевых рынков. Государственное управление и экономика отраслевых рынков. Методология анализа отраслевых рынков. Роль теоретических моделей, статистических данных, эконометрических исследований в изучении экономики отраслевых рынков. Экономика цифровых рынков. Влияние профсоюзов на развитие отраслевых рынков.

Тема 2. Общая характеристика отраслевых рынков. Рыночная концентрация и монопольная власть.

Рынок как объект анализа и его границы. Классификация отраслевых рынков по разным критериям. Методы и стандарты отраслевых классификаторов. Типы рыночных структур и факторы ее определяющие. Роль технологических новаций и эффекта масштаба на отраслевых рынках. Базовые рыночные структуры в современной экономической системе. Прямые и обратные взаимосвязи на отраслевых рынках. Современные подходы к исследованию рыночных конфигураций. Теория жизненного цикла отрасли. Анализ конкурентной среды. Концентрация и рыночная власть. Показатели концентрации. Анализ концентрации на уровне промышленных региональных кластеров. Роль отраслевых профсоюзов в развитии отраслевых рынков.

Тема 3. Фирма как субъект и объект рыночных взаимодействий.

Мотивация деятельности фирмы и варианты ее поведения на отраслевом рынке. Различные подходы к анализу деятельности фирмы. Технологический (микроэкономический) подход к анализу фирмы. Поведенческая теория фирмы. Контрактная теория фирмы. Анализ деятельности фирмы с точки зрения теории игр. Динамические теории фирмы. Менеджеральные теории фирмы. Фирма как механизм распределения имущественных прав. Критерии эффективности функционирования фирмы. Предпринимательство и конкурентоспособность фирмы. Факторы устойчивых конкурентных преимуществ фирмы. Проблема гармонизации интересов внутри и вне фирмы. Социальная ответственность бизнеса и ее влияние на поведение фирмы и рыночные структуры. Влияние профсоюзов на деятельность фирмы.

Тема 4. Конкуренция и монополия.

Роль конкуренции в экономическом развитии и различные подходы к ее пониманию. Отражение роли конкуренции в концепциях экономики отраслевых рынков. Добросовестная и недобросовестная конкуренция. Эффективная конкуренция на отраслевых рынках. Излишняя (чрезмерная) конкуренция. Критерии конкурентного поведения. Особенности измерения

интенсивности конкуренции. Вида монополии. Особенности инновационной (патентной) монополии. Государственная франшизная монополия. Монополия и монополия. Особенности возникновения и поведения стратегической монополии. Особенности естественных монополий. Альтернативные издержки монополизации и полные затраты общественных ресурсов на устранение монопольных эффектов. Сравнительный анализ эффективности рынка в условиях конкуренции и монополии. Монополия в цифровой экономике: новые форматы рыночной власти.

Тема 5. Барьеры входа–выхода на отраслевых рынках. Динамика отраслевых рынков.

Классификация барьеров входа на отраслевой рынок и их последствия. Типы рынков по отношению к величине барьеров входа. Соотношение между барьерами входа и барьерами успеха компании в отрасли. Нестратегические (экзогенные) барьеры входа в отрасль. Институциональные барьеры входа в отрасль. Государство как барьер входа в отрасль. Лицензирование и патентирование как барьеры проникновения на отраслевой рынок. Стратегические (эндогенные) барьеры входа. Анализ стратегий предотвращения входа. Анализ стратегий вытеснения конкурентов с рынка. Особенности и роль барьеров выхода с отраслевого рынка. Динамика рынка и устойчивое равновесие отрасли. Мотивы слияний и поглощений. Оценка успешности и неуспешности корпоративных слияний. Дружественные и враждебные вторжения. Альтернативные формы реорганизации бизнеса. Рейдерство и передел собственности.

Тема 6. Ценовые стратегии фирмы

Общая характеристика ценовых стратегий. Фирмы-ценополучатели и фирмы-ценоискатели и особенности их ценовой стратегии. Стратегия предельного ценообразования. Сравнительная характеристика стратегии монопольной единой цены и стратегий ценовой вариативности. Особенности клубного ценообразования. Стратегии аукционного ценообразования. Ценообразование по пиковой нагрузке. Персонализированные цены. Роль трансфертных цен в национальных и транснациональных компаниях. Особенности ценообразования взаимосвязанных товаров. Виды и последствия стратегического ценообразования. Цена как индикатор качества товара. Психологические особенности процесса ценообразования. Обоснование оптимального выбора ценовой стратегии. Отношение государства к разным видам ценовых стратегий и их влияние на общественное благосостояние.

Тема 7. Продуктовые и ресурсные стратегии фирмы

Товар как набор характеристик и его качества и цена как стратегические компоненты поведения формы на отраслевом рынке. Горизонтальная и вертикальная продуктовая дифференциация. Реклама и информация как факторы продуктовой дифференциации. Сравнительная характеристика эффективности продуктовых стратегий с точки зрения бизнеса и с точки зрения общественного благосостояния в различных моделях. Стратегическая продуктовая дифференциация. Продуктовая дифференциация на цифровых

рынках. Выбор фирмой ресурсной стратегии. Стратегические выгоды и стратегические издержки при интеграции. Последствия вертикальной интеграции для бизнеса, отраслевых структур и общественного благосостояния. Ценовые и неценовые вертикальные контракты. Вертикальное закрытие рынка и рыночная власть фирмы. Вертикализация и девертикализация отраслевых рынков в цифровой экономике. Теоретические модели ресурсной стратегии фирмы и деловая практика. Факторы, определяющие эффективность ресурсной стратегии компании.

Тема 8. Стратегические взаимодействия крупных форм на отраслевом рынке

Характеристика олигопольных рынков. Моделирование стратегической взаимозависимости олигополистов. Выбор типа конкуренции: количественная, ценовая, смешанная. Форматы лидерства: абсолютный лидер отраслевого рынка, стратегия претендента, стратегия следования за лидером. Некооперативные (конкурентные) взаимодействия крупных форм на отраслевых рынках. Сетевые олигополии и олигопольные стратегии на рынках с сетевыми товарами. Олигополия на рынках промежуточных товаров. Модель олигопсонии. Кооперативные взаимодействия крупных форм и соглашения олигополистов. Формы и механизмы поддержания соглашений.

Тема 9. Инновационные рынки

Роль инноваций в развитии отраслевых рынков. Особенности функционирования инновационных рынков. Роль стартапов, венчурного бизнеса и виртуальных компаний на отраслевых рынках. Расходы на НИОКР как фактор конкуренции на отраслевых рынках. Особенности инновационных стратегий фирм. Лицензирование инновационной деятельности и субконтракты. Технологические стандарты и (или) их отсутствие как барьеры входа на отраслевой рынок. Диффузия инноваций. Особенности инноваций в условиях разных рыночных структур. Сравнительные преимущества крупных и мелких фирм на инновационных рынках. Оптимальные инвестиции в НИОКР.

Тема 10. Государственная политика регулирования рыночных структур.

Влияние государства на экономику отраслевых рынков. Теоретические основы государственной политики регулирования отраслевых рынков и практика применения различных инструментов государственного воздействия на бизнес. Промышленная политика государства в сфере поддержки структурных сдвигов в отраслевой экономике. Проблемы обеспечения конкурентоспособности национальных компаний на мировых рынках. Технологическая и инновационная политика государства и формирование благоприятной экономической среды для отечественного бизнеса. Влияние промышленной политики на эволюцию рыночных структур. Экономические и административные инструменты антимонопольной политики государства. Эволюция антимонопольных принципов, политики и законодательства. Анализ зарубежного опыта государственного регулирования рыночных структур.

Соотношение национального и наднационального регулирования отраслевых рынков на примере различных стран. Соотношение политики поддержки конкуренции и промышленной политики.

5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: 4 З.Е. (144 часов)

Форма обучения	Очная	Вид контроля	Зачет с оценкой
Форма обучения	Очно - заочная	Вид контроля	Зачет с оценкой
Форма обучения	Заочная	Вид контроля	

№ п.п.	Порядковый номер темы в соответствии с разделом 5.1 РПД	Очная				Очно-заочная				Заочная			
		Аудиторная (контактная)			СРС	Аудиторная (контактная)			СРС	Аудиторная (контактная)			СРС
		Л	Пр/С	ЛР		Л	Пр/С	ЛР		Л	Пр/С	ЛР	
1.	Тема 1	1	2		10	2	2		12				
2.	Тема 2	1	2		8	2	2		12				
3.	Тема 3	2	2		10	1	2		10				
4.	Тема 4	2	2		10	1	2		10				
5.	Тема 5	2	4		10	1	2		10				
6.	Тема 6	2	2		10	1	1		12				
7.	Тема 7	2	4		10	1	1		12				
8.	Тема 8	2	2		10	1	2		12				
9.	Тема 9	2	2		10	1	2		12				
10.	Тема 10	2	4		10	1	2		12				
11.	Консультации (контактная)	2	0		0	0	0		0				
12.	Промежуточная аттестация (часов)	0	0		0	0	0		0				
ВСЕГО ЧАСОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ		20	26		98	12	18		114				

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Тема 1. Предмет и метод экономики отраслевых рынков. Ключевые участники отраслевых взаимодействий.

Вопросы для самопроверки:

1. Что изучает учебная дисциплина «Экономика отраслевых рынков»?
2. Как взаимосвязаны микроэкономика, экономическая теория и экономика отраслевых рынков?
3. Какова методология изучения отраслевых рынков?
4. Как взаимосвязаны корпоративное управление и экономика отраслевых рынков?
5. Какова роль теоретических моделей в изучении отраслевых рынков?
6. Как взаимосвязаны стратегический менеджмент и экономика отраслевых рынков?

7. Как государство воздействует на экономику отраслевых рынков.
8. Какие новые направления исследования экономик отраслевых рынков сейчас развиваются?
9. Что изучает экономика цифровых рынков?
10. Как профсоюзы влияют на отраслевые рынки?

Задания для самостоятельной работы (рекомендуется выступить с докладом):

1. Исходная парадигма «Структура – поведение – результативность» Гарвардской школы.
2. Сравнительный анализ подхода к отраслевым рынкам чикагской школы и австрийская школ.
3. Эволюция взглядов на традиционную парадигму и предмет экономики отраслевых рынков
4. Сравнительный анализ различных концептуальных подходов к анализу рынков. Институциональный и контрактный подходы.
5. Теоретико-игровые направления в исследовании отраслевых рынков.
6. Эволюционные концепции рынка.
7. Поведенческая концепция.
8. Стратегическая концепция.
9. Управленческая концепция.
10. Подход с точки зрения конкурентоспособности. Конкурентный анализ.
11. Деловая экономическая разведка.
12. Эндогенная теория рыночных структур.
13. Эмпирическая отраслевая экономика.
14. Три уровня экономики отраслевых рынков: базовые модели; теория отраслевых рынков; эмпирический анализ отраслевых рынков.
15. Новые направления в изучении экономики отраслевых рынков данной области: новая эмпирическая экономика отраслевых рынков (New Empirical Industrial Organization, NEIO); новая индустриальная экономика (New Industrial Economics); концепция общих ценностей. Экономика цифровых рынков.

Список литературы по теме.

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. М., Юрайт. 2023. Темы 1, 2, 5.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.1

Тема 2. Общая характеристика отраслевых рынков. Рыночная концентрация и монопольная власть.

Вопросы для самопроверки:

1. Как определяются границы отраслевого рынка?
2. Какие существуют классификации отраслевых рынков?
3. Какие этапы можно выделить в теории жизненного цикла отрасли?
4. Какие существуют показатели концентрации в отрасли?
5. Что такое промышленные региональные кластеры и как определяется концентрация на их уровне?

6. Каковы особенности экономики отраслевых рынков в условиях антироссийских санкций?

7. Как изменилась отраслевая структура российской экономики в пореформенный период?

8. Какие основные направления развития отраслевых рынков в современной России?

9. Как соотносятся отраслевой рынок и диверсификация производства?

10. Какова роль отраслевых профсоюзов в развитии отраслевых рынков?

Задания для самостоятельной работы (рекомендуется выступить с докладом):

1. Критерии классификации отраслевых рынков.

2. Особенности цифровых рынков.

3. Рынок и отрасль: сходство и различия.

4. Методы и стандарты отраслевых классификаторов: Россия и зарубежный опыт.

5. Связывающие, дополняющие и поддерживающие отрасли.

6. Пространственные границы рынка и степень интеграции локальных рынков в национальные и глобальные цепочки создания стоимости.

7. Критерии выделения релевантного рынка.

8. Индексы перекрестной ценовой продуктовой и пространственной эластичности.

9. Правила SSNIP (тест гипотетического монополиста). Модификации теста гипотетического монополиста для случая рынков с нулевой ценой. Корреляция цен товаров.

10. Технологические границы рынка. Заменяемость оборудования и ресурсов в производстве. Оценки локализации процессов производства и потребления. Понятие стратегического рынка.

11. Роль эффекта масштаба и технологических новаций.

12. Крупномасштабное производство как реальность современной экономики. Значимость стохастических факторов рынка.

13. Процесс Жибра.

14. Исследование прямых и обратных взаимосвязей в отрасли. Современные подходы к анализу рыночных конфигураций.

15. Теория границ Саттона.

16. Анализ рыночного поведения с точки зрения эволюционных процессов. Теория жизненного цикла отрасли. Стратегический рынок (модель Кея). Анализ конкурентной среды. Benchmarking: определение места компании в ряду других фирм рынка.

17. Концентрация и рыночная власть. Отраслевая, рыночная и географическая концентрация фирм. Показатели концентрации. Проблема интерпретации индексов концентрации.

18. Факторы, отвечающие за уровень концентрации на рынке.

19. Рыночная власть фирмы: определение, типы, последствия. Показатели рыночной власти.

20. Концентрация в рамках промышленных региональных кластеров.

Основная литература:

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Тема 3.

2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.2.

Тема 3. Фирма как субъект и объект рыночных взаимодействий.

Вопросы для самопроверки:

1. Какие существуют подходы к анализу деятельности фирмы?
2. Как соотносятся фирма и отраслевой рынок?
3. Какими мотивами руководствуется фирма в своей деятельности?
4. Как взаимосвязаны предпринимательство и конкурентоспособность фирмы?
5. Каковы критерии эффективности функционирования фирмы?
6. В чем проявляется социальная ответственность бизнеса? Как она влияет на поведение фирмы и рыночные структуры?
7. Какие могут быть конкурентные преимущества у фирмы?
8. Как профсоюзы влияют на деятельность фирмы?

Задания для самостоятельной работы (рекомендуется выступить с докладом):

1. Эволюция фирмы.
2. Различные подходы к анализу деятельности фирмы. Технологический (микроэкономический) подход. Поведенческая теория фирмы. Контрактный подход.
3. Подход к исследованию фирмы с точки зрения теории игр.
4. Динамические теории фирмы
5. Аллокативные принципы фирмы и рынка.
6. Альтернативные цели фирмы и варианты поведения компании на рынке.
7. Экзогенность и эндогенность выбора параметров поведения. Ограничения на рост фирмы.
8. Фирма как механизм распределения имущественных прав.
9. Одно-и многопродуктовые фирмы. Холдинги.
10. Стратегические союзы фирм.
11. Экосистемы бизнеса в цифровой экономике.
12. Параметры деятельности фирмы. Критерии эффективности функционирования компании.
13. Предпринимательство и конкурентоспособность. Факторы устойчивых конкурентных преимуществ фирмы.
14. Пространственная локализация бизнес-единиц. Менеджеральные теории фирмы.
15. Множественность управленческих целей. Фирма как коалиция интересов. Роль стейкхолдеров в развитии фирмы.
16. Модель Баумоля.
17. Модель Марриса.

18. Модель Милгрора и Робертса.
19. Способы гармонизации интересов внутри и вне фирмы.
20. Социальная ответственность бизнеса и ее влияние на поведение фирмы и рыночные структуры.

Основная литература:

1. Розанова Н.М. Экономика фирмы. М., Юрайт. 2023.
2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 1.

Тема 4. Конкуренция и монополия.

Вопросы для самопроверки:

1. Какова роль конкуренции в экономическом развитии?
2. Как отражается роль конкуренции в концепциях экономики отраслевых рынков?
3. В каких формах проявляется добросовестная и недобросовестная конкуренция на отраслевых рынках?
4. Что такое эффективная конкуренция на отраслевых рынках?
5. Чем характеризуется излишняя (чрезмерная) конкуренция?
6. Каковы критерии конкурентного поведения?
7. В чем особенности измерения интенсивности конкуренции?
8. Какие существуют виды монополий? В чем особенности инновационной (патентной) монополии? В чем особенности естественных монополий? В чем особенности монополия в цифровой экономике?
9. В чем особенности возникновения и поведения стратегической монополии?
10. В чем проявляются альтернативные издержки монополизации и полные затраты общественных ресурсов на устранение монопольных эффектов?

Задания для самостоятельной работы (рекомендуется выступить с докладом):

1. Место конкуренции в концепциях экономики отраслевых рынков.
2. Классификация конкуренции на отраслевых рынках
3. Критерии конкурентного поведения и проблемы измерения интенсивности конкуренции.
4. Виды монополии. Технологическая (естественная) монополия. Ресурсная монополия. Инновационная (патентная) монополия. Государственная франшизная монополия. Стратегическая монополия. Особенности возникновения и поведения.
5. Двухсторонняя монополия на продуктовом рынке.
6. Источники монопольной власти и факторы, ее ограничивающие.
7. Модель уравнивающих сил на монопольном рынке.
8. Монополия и монопосония.
9. Поведение недискриминирующего монополиста на различных рынках.
10. Монополия в цифровой экономике: новые форматы рыночной власти. Оценки последствий монопольного поведения.

11. Альтернативные издержки монополизации. Полные затраты общественных ресурсов на устранение монопольных эффектов.

12. Сравнительный анализ эффективности рынка в условиях конкуренции и монополии. Оценка Х-эффективности.

Основная литература:

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Тема 3.

2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.2.

Тема 5. Барьеры входа–выхода на отраслевых рынках. Динамика отраслевых рынков.

Вопросы для самопроверки:

1. Какие существуют барьеров входа на отраслевой рынок? Каковы их последствия?

2. Какие различают типы рынков по отношению к величине барьеров входа?

3. Как соотносятся барьеры входа и барьерами успеха компании в отрасли?

4. Что относится к нестратегические (экзогенным) барьерам входа в отрасль?

5. Каковы институциональные барьеры входа в отрасль?

6. В чем проявляется роль государства как барьера входа в отрасль?

7. Лицензирование и патентирование как барьеры проникновения на отраслевой рынок.

8. Какие существуют стратегические (эндогенные) барьеры входа в отрасль?

9. Анализ стратегий предотвращения входа. Анализ стратегий вытеснения конкурентов с рынка.

10. В чем особенности и роль барьеров выхода с отраслевого рынка?

11. Как достигается динамика рынка и устойчивое равновесие отрасли?

12. Каковы мотивы слияний и поглощений?

13. Как оценивается успешность и неуспешность корпоративных слияний?

14. Альтернативные формы реорганизации бизнеса.

15. Что такое рейдерство и передел собственности, в каких формах они проявляются на отраслевых рынках?

Задания для самостоятельной работы (рекомендуется выступить с докладом):

1. Барьеры входа на рынок: определение, классификация, последствия.

2. Типы рынков по отношению к величине барьеров входа.

3. Барьеры входа и барьеры успеха компании в отрасли.

4. Вход и укоренение на рынке. Успешность и неуспешность проникновения на рынок.

5. Нестратегические (экзогенные) барьеры входа.

6. Абсолютное и относительное преимущество в издержках.

7. Институциональные барьеры.

8. Государство как барьер входа на рынок.

9. Лицензирование и патентирование как барьеры входа.

10. Модели Стиглера, Демзеца, Вайцзекера.

11. Стратегические (эндогенные) барьеры входа.
12. Анализ стратегий предотвращения входа. Ценообразование, ограничивающее вход.
13. Модель Бейна. Модель Модильяни.
14. Закрытие рынка для конкурентов.
15. Роль стратегического выбора фирм-старожилов и фирм-новичков. Стратегические инвестиции.
16. Модель Спенса-Диксита.
17. Достоверная и недостоверная угроза. Война на истощение.
18. Анализ стратегий вытеснения конкурента с рынка. Грабительское ценообразование. Роль барьеров выхода.
19. Эффект «безбилетника» в стратегиях блокирования входа.
20. Альтернативные стратегии взаимодействия старожила с потенциальным конкурентом (фирмой-новичком). Допуск новичка на рынок.
21. Ограничения на вход на основе размещения предприятий.
22. Стратегии успешного входа на рынок.
23. Соревновательные (квазиконкурентные) рынки.
24. Модель Баумоля. Роль потенциальной конкуренции.
25. Оценка издержек входа.
26. Динамика рынка и устойчивое равновесие отрасли.
27. Слияния и поглощения как факторы динамики рынка.
28. Мотивы слияний и поглощений.
29. Факторы успешности и неуспешности корпоративных слияний.
30. Дружественные и враждебные поглощения.
31. Способы защиты от нежелательного вторжения.
32. Альтернативные формы реорганизации бизнеса.

Основная литература:

1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Тема 4.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.3.

Тема 6. Ценовые стратегии фирмы

Вопросы для самопроверки:

1. Какие существуют ценовые стратегии фирмы?
2. Какие фирмы относятся к фирмам-ценополучателям? Примеры.
3. Какие фирмы относятся к фирмам-ценоискателям?
4. В чем проявляется стратегия предельного ценообразования?
5. Дайте сравнительную характеристику стратегии монопольной единой цены и стратегий ценовой вариативности.
6. Что такое клубное ценообразование?
7. Что такое стратегия аукционного ценообразования?
8. Что означает ценообразование по пиковой нагрузке?

9. Какова роль трансфертных цен в национальных и транснациональных компаниях?

10. В чем особенности ценообразования взаимосвязанных товаров?

11. Каковы виды и последствия стратегического ценообразования?

12. Что означает тезис «цена–индикатор качества товара»?

13. Каковы психологические особенности процесса ценообразования?

14. Как обосновывается оптимальный выбор ценовой стратегии?

15. Как относится государство к разным видам ценовых стратегий? Как данные стратегии и их влияют на общественное благосостояние?

Задания для самостоятельной работы (рекомендуется выступить с докладом):

1. Определение и форматы ценовых стратегий: общая характеристика.

2. Фирмы- ценополучатели и фирмы-ценоискатели: выбор стратегии поведения.

3. Стратегия предельного ценообразования.

4. Сравнение стратегии монопольной единой цены и стратегий ценовой вариабельности.

5. Клубное ценообразование.

6. Стратегии аукционного ценообразования.

7. Ценообразование по пиковой нагрузке.

8. Межвременная ценовая стратегия. Эффект запутывания (obfuscation).

9. Персонализированные цены.

10. Трансфертные цены: роль в национальных и транснациональных компаниях.

11. Ценообразование взаимосвязанных товаров.

12. Выбор цен при чистом комплектовании. Выбор цен при смешанном комплектовании.

13. Пакетирование и распаketирование.

14. Пространственная сегментация и географические зональные цены. Пространственное ценообразование.

15. Ценовая дискриминация на основе различий в транспортных издержках.

16. Ценообразование на основе базисных пунктов.

17. Стратегическое ценообразование: виды и последствия.

18. Затратное ценообразование (по издержкам): «издержки плюс». Ценообразование на основе ценности товара.

19. Особенности ценообразования индустриальных товаров и оборудования. Метод пробных образцов.

20. Ценообразование в розничной торговле. Создание ценового имиджа магазина.

21. Роль производителя: установление рекомендуемого диапазона или уровня розничной цены. Эффект выравнивания цен (price lining). Роль среднего размера покупки (среднего чека). Двойные цены.

22. Ценообразование в сфере услуг. Ступенчатое ценообразование.

23. Цена как индикатор качества товара.

24. Модели гедонистического ценообразования. Эффект престижа. Ценообразование товаров роскоши.

25. Стратегии ценообразования на новый товар.

26. Стратегия высокой цены (цена «снятия сливок»). Стратегия низкой цены (цена «проникновения»). Стратегия средних цен. Стратегия неизменных цен.

27. Сегментирование покупателей на основе восприятия ценности товара и его цены. Покупатели, ориентированные на удобства. Покупатели, ориентированные на цену. Покупатели, ориентированные на ценность. Покупатели, ориентированные на взаимоотношения.

28. Психологические особенности ценообразования. Эффект Вебера-Фехнера. Эффект "странных цифр". Эффект «якоря». Эффект референтной цены. Эффект сложности сравнения.

29. Обоснование оптимального выбора ценовой стратегии.

30. Влияние ценовых стратегий на общественное благосостояние. Отношение государства к разным видам ценовых стратегий компаний.

Основная литература:

1. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 5.

2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.8.

Тема 7. Продуктовые и ресурсные стратегии фирмы

Вопросы для самопроверки:

1. Товар как набор характеристик и его качества и цена как стратегические компоненты поведения формы на отраслевом рынке.

2. Что такое горизонтальная и вертикальная продуктовая дифференциация?

3. Какова роль рекламы и информации как факторов продуктовой дифференциации?

4. Дайте сравнительную характеристику эффективности продуктовых стратегий с точки зрения бизнеса и с точки зрения общественного благосостояния в различных моделях.

5. Что такое стратегическая продуктовая дифференциация?

6. Как проявляется продуктовая дифференциация на цифровых рынках?

7. Каковы критерии выбора формой ресурсной стратегии?

8. В чем проявляются стратегические выгоды и стратегические издержки при интеграции?

9. Каковы последствия вертикальной интеграции для бизнеса, отраслевых структур и общественного благосостояния?

10. Что такое ценовые и неценовые вертикальные контракты?

11. Как соотносятся вертикальное закрытие рынка и рыночная власть фирмы?

12. Как проявляются вертикализация и девертикализация отраслевых рынков в цифровой экономике?

13. Какие существуют теоретические модели ресурсной стратегии фирмы?

14. Какие факторы определяют эффективность ресурсной стратегии компании?

Задания для самостоятельной работы (рекомендуется выступить с докладом):

1. Товар как набор характеристик. Цена и качество товара как стратегические компоненты поведения фирмы.

2. Измерение степени продуктовой дифференциации. Индекс Ротшильда.

3. Горизонтальная продуктовая дифференциация. Вертикальная продуктовая дифференциация.

4. Реклама и информация как факторы продуктовой дифференциации. Роль рекламы в стратегии фирмы.

5. Сравнение эффективности продуктовых стратегий (с точки зрения бизнеса и с позиции общественного благосостояния) в разных моделях.

6. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом.

7. Модель Ланкастера. Модель Хотеллинга (линейный город) при разных вариантах поведения фирмы—старожила (раздел рынка; захват всего рынка одной фирмой; нишевая стратегия локального размещения).

8. Разрывы в функциях спроса (модель Даспремонта-Габзевича-Тиса).

9. Равновесие в чистых и смешанных стратегиях. Модель Салопа (круговой город): долгосрочный и краткосрочный аспекты. Роль разных форматов транспортных расходов.

10. Модель Саттона (вертикальная дифференциация).

11. Модель рекламы Дорфмана-Штайнера.

12. Стратегическая продуктовая дифференциация. Развитие продуктовой линейки. Роль торговой марки и бренда.

13. Создание и поддержание эффекта лояльности потребителей к фирме и бренду.

14. Современные стратегии: стратегия продуктового доминирования; стратегия нишевого устойчивого развития; стратегия продуктового первооткрывателя; стратегия продуктового приспособления.

15. Продуктовая дифференциация на цифровых рынках.

16. Цепочка создания стоимости. Способы приобретения ресурсов и сбыта продукции: сравнительный анализ.

17. Наличный рынок (краткосрочные контракты). Долгосрочные контракты (включая вертикальные ограничительные контракты).

18. Выбор фирмой ресурсной стратегии на отраслевом рынке.

19. Вертикальная интеграция: варианты, формы, стимулы.

20. Интеграция ресурса, интеграция продукта, комплексная (сбалансированная) интеграция.

21. Мотив транзакционных издержек и роль специфических активов.

22. Технологические детерминанты интеграции. Роль институциональных факторов и неполных контрактов.

23. Влияние фактора неопределенности на интеграционные процессы.

24. Модель двойной экономической надбавки (монопольной прибыли) при разных структурах исходного рынка.

25. Стратегия вертикальной интеграции как противодействие рыночной власти контрагента. Ограничения на рост масштабов вертикальной фирмы.

26. Стратегические выгоды от интеграции. Стратегические издержки интеграции.

27. Последствия вертикальной интеграции для бизнеса, отраслевых

28. Проблема «безбилетника» со стороны партнеров по бизнесу.

29. Франчайзинг. Поиски оптимального варианта взаимодействий франчайзера и франчайзи.

30. Вертикальное закрытие рынка и рыночная власть фирмы.

31. Вертикализация и девертикализация рынков в цифровой экономике. Частичная интеграция: достоинства и недостатки.

32. Квазиинтеграция.

33. Давальческие контракты (толлинг).

34. Факторы, определяющие эффективность ресурсной стратегии компании.

Основная литература:

1. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.9

2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 4, 6.

Тема 8. Стратегические взаимодействия крупных форм на отраслевом рынке

Вопросы для самопроверки:

1. Каковы особенности олигопольных рынков?
2. Какие существуют модели стратегической взаимозависимости олигополистов?

3. Выбор типа конкуренции: количественная, ценовая, смешанная.

4. Какие существуют форматы лидерства на отраслевом рынке?

5. Как проявляются некооперативные (конкурентные) взаимодействия крупных форм на отраслевых рынках?

6. Что такое сетевые олигополии? В чем проявляются и олигопольные стратегии на рынках с сетевыми товарами?

7. Как проявляется олигополия на рынках промежуточных товаров?

8. Что такое модель олигопсонии?

9. Как выстраиваются кооперативные взаимодействия крупных форм и соглашения олигополистов?

10. В каких формах осуществляется поддержание соглашений в условиях олигополистического рынка?

Задания для самостоятельной работы (рекомендуется выступить с докладом):

1. Подходы к моделированию олигопольных рынков.

2. Форматы лидерства: абсолютный лидер рынка; стратегии претендента; стратегии следования за лидером.

3. Индекс Линда как оценка степени концентрации на рынке с доминирующей фирмой.
4. Положение и роль крупнейших компаний в современной национальной и глобальной экономике.
5. Некооперативные (конкурентные) взаимодействия крупных фирм.
6. Равновесие и динамика в модели Курно с N-фирмами и предположительными вариациями.
7. Роль асимметрии издержек. Модель Эджуорта. Ценовые войны.
8. Количественные разборы и стратегические инвестиции в излишние мощности.
9. Стратегии сознательного подражания (осознанного параллелизма).
10. Сетевые олигополии. Олигопольные стратегии на рынках с сетевыми товарами. Олигополия на рынках промежуточных товаров.
11. Олигопсония: модели, последствия, противодействие. Устойчивость позиции лидера: стратегия и тактика на олигопольном рынке. Эффект «ценового зонтика».
12. Диверсификация как стратегия олигопольной конкуренции. Циклическая конкуренция. Роль продуктовой неоднородности.
13. Динамическая модель ценообразования доминирующей фирмы (модель Гаскинса).
14. Модель двухсторонней олигополии.
15. Кооперативные взаимодействия крупных фирм. Соглашения олигополистов: формы и механизмы поддержания.
16. Модели стабильности картеля.

Основная литература:

Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.6, 8.

Тема 9. Инновационные рынки

Вопросы для самопроверки:

1. Какова роль инноваций в развитии отраслевых рынков?
2. В чем проявляются особенности функционирования инновационных рынков?
3. Какова роль стартапов, венчурного бизнеса и виртуальных компаний на отраслевых рынках?
4. Расходы на НИОКР как фактор конкуренции на отраслевых рынках.
5. В чем проявляются особенности инновационных стратегий фирм?
6. Что такое лицензирование инновационной деятельности и субконтракты?
7. Могут ли технологические стандарты рассматриваться как барьеры входа на отраслевой рынок?
8. Может ли отсутствие технологических стандартов рассматриваться как барьер входа на отраслевой рынок?
9. Что такое диффузия инноваций?
10. Каковы особенности инноваций в условиях разных рыночных структур?

11. В чем заключаются сравнительные преимущества крупных и мелких фирм на инновационных рынках?

12. Каковы оптимальные инвестиции в НИОКР?

Задания для самостоятельной работы (рекомендуется выступить с докладом):

1. Инновации как экономический процесс.
2. Особенности функционирования инновационных рынков.
3. Оптимальное число фирм-инноваторов: позиция рынка и позиция общества.
4. Гонка за патентом. Роль дженериков. Имитация и инновационный процесс.
5. Стартапы, венчурный бизнес и виртуальные компании.
6. Расходы на НИОКР (R&D) как фактор конкуренции.
7. Инновационные стратегии фирмы.
8. Характеристика наступательной стратегии: доминирование фирмы-инноватора.
9. Характеристика оборонительной стратегии и частичные улучшения в технологии.
10. Стратегия имитации (копирования).
11. Дженерики и патентованные лекарства.
12. Стратегия следования за лидером.
13. Стратегия подчиненности.
14. Субконтракты и лицензирование в инновационной деятельности.
15. Технологические стандарты и их отсутствие (несовместимость технологий) как барьеры входа на рынок.
16. Диффузия инноваций.
17. Модель Мэнсфилда. S-образная кривая инноваций.
18. Процессы перехода к новым технологическим параметрам производства, обмена, распределения и потребления.
19. Инновации в условиях разных рыночных структур.
20. Сравнительные преимущества крупных и мелких фирм.
21. Стартапы и венчурные компании.
22. Оптимальные инвестиции в НИОКР.

Основная литература:

1. Розанова Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.10.
2. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы. М., Юрайт. 2023. Гл. 7.

Тема 10. Государственная политика регулирования рыночных структур.

Вопросы для самопроверки:

1. Как государство влияет на экономику отраслевых рынков?
2. Какие инструменты государственного регулирования отраслевых рынков применяются в современной России?
3. Что такое промышленная политика государства? Как она проявляется в современной России?

4. Какова роль промышленной политики государства в сфере поддержки структурных сдвигов в отраслевой экономике?

5. Какие существуют проблемы обеспечения конкурентоспособности национальных компаний на мировых рынках?

6. Как технологическая и инновационная политика государства способствует формированию благоприятной экономической среды для отечественного бизнеса?

7. Как влияет промышленная политика на эволюцию рыночных структур?

8. В чем различие экономических и административных инструментов антимонопольной политики государства?

9. Как развивалась эволюция антимонопольных принципов, политики и законодательства?

10. Что из зарубежного опыта государственного регулирования рыночных структур возможно применить в современной российской экономике?

11. Соотношение национального и наднационального регулирования отраслевых рынков на примере различных стран.

12. Соотношение политики поддержки конкуренции и промышленной политики.

Задания для самостоятельной работы (рекомендуется выступить с докладом):

1. Взаимосвязь структуры рынка и его результативности. Критерии результативности отраслевого рынка.

2. Проблемы оценки результатов функционирования отраслевого рынка.

3. Воздействие государства на функционирование отраслевых рынков.

4. Выбор между технологической и аллокативной, экономической и социальной эффективностью.

5. Практика применения различных инструментов государственного воздействия. Российская действительность и зарубежный опыт (США, ЕС, Япония, страны БРИКС, страны Латинской Америки, Китай).

6. Промышленная политика государства и ее задачи.

7. Технологическая и инновационная политика государства. Роль налоговой политики.

8. Инвестиционное стимулирование.

9. Воздействие промышленной политики на эволюцию рыночных структур.

10. Антимонопольная политика государства. Экономическое содержание и особенности правового регулирования.

11. Отношение к соглашениям фирм, ограничивающим конкуренцию. Политика в отношении согласованных действий хозяйствующих субъектов.

12. Политика поддержки конкуренции.

13. Регулирование слияний и поглощений. Экономические и административные инструменты политики.

14. Эволюция антимонопольных принципов, политики и законодательства. Возмещения и наказания при фиксировании цен участниками рынка.

15. Понятие и законодательные признаки недобросовестной конкуренции.

16. Антитрестовское законодательство как ограничитель конкуренции.
 17. Доводы «за» и «против» конкурентной политики государства.
 18. Проблемы соотношения политики поддержки конкуренции и промышленной политики.
 19. Сравнительный анализ государственного регулирования рынков: опыт США, ЕС, стран БРИКС, Японии и России.
 20. Соотношение национального и наднационального регулирования.
- Основная литература:
1. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков: введение в предмет. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Темы 6-10.
 2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт. 2023. Гл.4, 5.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. . Гусарова, И. А. Экономика предприятия : учебное пособие : [16+] / И. А. Гусарова, Ю. В. Пантелеева, К. В. Николаева ; Казанский национальный исследовательский технологический университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2022. – 100 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701378> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-3196-9. – Текст : электронный.
2. Райская, М. В. Инновационное управление развитием компании на основе концепции экономики замкнутого цикла / М. В. Райская ; Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2022. – 96 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=713972> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-3248-5. – Текст : электронный.
3. Матвеева, Л. Г. Новые концепции, инструменты и технологии управления промышленным предприятием : учебник : [16+] / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 200 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598587> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3309-1. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Социально-экономические детерминанты устойчивого развития региона / Л. М. Чернякевич, Л. В. Смоленникова, М. М. Ахмадеева [и др.] ; под общ. ред. Л. М. Чернякевич, Л. В. Смоленниковой ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2023. – 158

- с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=714628> – ISBN 978-5-8158-2349-5. – Текст : электронный.
2. Вершков, А. В. Экологические основы инновационной деятельности : учебное пособие : [16+] / А. В. Вершков, А. К. Москалев ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2023. – 224 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705268> – Библиогр.: с. 211-220. – ISBN 978-5-7638-4713-0. – Текст : электронный.
3. Матвеева, Л. Г. Механизмы эндогенного развития промышленности / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2023. – 214 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712855> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-4353-3. – DOI 10.18522/80130075. – Текст : электронный.

Нормативно-правовые документы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)
2. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ
3. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ
4. Федеральный закон "О естественных монополиях" от 17.08.1995 N 147-ФЗ
5. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 05.12.2022) "О защите прав потребителей"
6. Федеральный закон "О техническом регулировании" от 27.12.2002 N 184-ФЗ
7. Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ
8. Патентный закон РФ от 23 сентября 1992 г. N 3517-I
9. Гражданский Кодекс РФ
10. Кодекс РФ об административных правонарушениях При разработке списка литературы необходимо учитывать требования образовательных стандартов по книгообеспеченности.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Интернет ресурс (адрес) Название программы/Системы	Описание ресурса Описание программы/Системы
1.	https://cluster.hse.ru/digest	Дайжест новостей «Территориальные кластеры»
2.	https://uiec.ru/economic-theory-journal/	Журнал экономической теории
3.	www.consultant.ru	Справочная правовая система «КонсультантПлюс»
4.	http://www.garant.ru/	Справочная правовая система «Гарант»
5.	http://www.economicus.ru	Образовательно-справочный сайт по экономике
6.	http://www.economy.gov.ru	Министерство экономического развития РФ
7.	http://www.gks.ru	Федеральная служба государственной статистики
8.	http://www.ilo.org	Международная организация труда

9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО- МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория	Лекции, практические занятия	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, доска маркерная (ученическая доска) ПО: «1С», «Windows (64-bit)», пакет программ Microsoft Office, сеть «Интернет», «ЭБС» и др.
Компьютерный класс	Практические занятия	Компьютеры, мультимедийный проектор, экран, доска маркерная (ученическая доска) ПО: «1С», «Windows (64-bit)», пакет программ Microsoft Office, сеть «Интернет», «ЭБС» и др.
Аудитория	Самостоятельная работа обучающихся	Компьютерная техника. Возможность подключения к сети Интернет. Доступ к электронной информационно-образовательной среде ОУП ВО «АТиСО»

Помещения, в которых проводятся занятия, представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий. Данные аудитории оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой и имеют возможность подключения к сети интернет и обеспечивают доступ к электронной информационно-образовательной среде академии.

10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:

- лекции,
- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания,
- расчетно-аналитические, расчетно-графические задания,
- консультации преподавателей,
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше письменных/устных заданий, работа с литературой,
- внеаудиторная работа в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных моделей и концепций, подготовка докладов и эссе, а также тезисов для студенческих конференций и т.д.).
- Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:
 - интерактивные лекции,
 - анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей,
 - деловые игры для более глубокого освоения моделей отраслевых рынков, поведения фирм,
 - ролевые игры в ходе сравнительного анализа различных экономических концепций и школ,
 - разбор конкретных ситуаций как для иллюстрации той или иной теоретической модели, так и в целях выработки навыков применения теории при анализе реальных экономических проблем,
 - экономические тренинги в виде «мозгового штурма» при решении проблем и задач экономической теории,
 - круглые столы,
 - групповые дискуссии и проекты по основным темам дисциплины.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№ п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра ГЕМД	Е.П. Маскайкин		23.04.2024 г.
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		23.04.2024 г.
3	Кафедра экономики	О.В. Зубкова		23.04.2024 г.
4	Учебно-методический отдел	Н.С. Ульянова		23.04.2024 г.
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		23.04.2024 г.