

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ОД.7 ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Направление подготовки:

38.04.01 Экономика (Направленность (профиль): Экономика предприятий и организаций)

Трудоемкость: 4 зе

Промежуточная аттестация: зачет с оценкой

Автор: А.А. Распутин, канд. экон. наук, доцент

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является: подготовка специалистов, способных формировать не только стратегию, но и тактику поведения фирмы на отраслевом рынке в условиях реальной экономики; выработка у специалистов навыков оценки внутренних ресурсов фирмы, разработки альтернативных стратегий развития фирмы и механизмов их реализации, определения перспективных направлений инвестирования, разработки и вывода на рынок новых товаров и услуг.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

- в области проектно-экономической деятельности:

овладение методами и приёмами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных эконометрических моделей; навыками анализа экономических процессов и явлений в области отраслевых рынков;

овладение методами и приёмами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных экономических моделей;

знание современных методик расчёта и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне, включая отраслевые рынки);

- в области аналитической деятельности:

овладение методами и приёмами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных эконометрических моделей; навыками анализа экономических процессов и явлений в области отраслевых рынков;

овладение методикой статистической оценки конъюнктуры национального рынка и его отдельных сегментов, региональных рынков, результатов корпоративной деятельности экономических агентов; методикой анализа потоков социально-экономической информации о состоянии и развитии рынков, деятельности корпораций, подготовки целевых обзорных статистических материалов;

овладение навыками анализа экономических процессов и явлений в области внешне-экономической деятельности, функционирования отраслевых рынков.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры – направлены на формирование следующих компетенций:

ПК – 6 способностью оценивать эффективность проектов с учетом фактора неопределенности

ПК – 9 способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина Б1.В.ОД.7 «Экономика отраслевых рынков» включена в вариативную часть вузовского цикла дисциплин учебного плана подготовки магистров направления 38.04.01 Экономика.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Эконометрика».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: «Прикладные аспекты деятельности фирмы», «Управление инновациями и инвестиционной деятельностью», «Теория конкуренции», «Прикладные аспекты деятельности фирмы».

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в дисциплину. Отраслевой рынок и дифференциация продукта

Специфика анализа отраслевых рынков. Объект и предмет курса. Взаимосвязь теории отраслевых рынков с другими экономическими дисциплинами. Методические подходы к исследованию результативности функционирования отраслевых рынков. Субъекты отраслевого рынка и их взаимодействие.

Классификация отраслевых рынков. Цель исследования и способы установления границ отраслевого рынка. Влияние отраслевой структуры на результаты деятельности фирм. Дифференциация продукта на рынке. Общие подходы к оценке концентрации на отраслевых рынках.

Тема 2. Барьеры входа-выхода в отраслевых рынках. Фирма как субъект отраслевого рынка

Рынки совершенной и несовершенной конкуренции. Особенности функционирования рынков. Барьеры входа-выхода фирм. Уровень барьеров входа-выхода. Скорость входа-выхода фирм в отраслевых рынках.

Фирма как один из основных институтов современной экономической системы. Сущность технологической, контрактной и стратегической концепций фирм. Проблемы контрактов, транзакционных издержек и оппортунистического поведения в деятельности фирмы.

Альтернативные формы организации деятельности фирмы. Конкурентный отбор и монопольная власть.

Целевые ориентиры фирмы – постановка вопроса. Экономия от масштаба производства и отраслевая структура. Экономия на широте ассортимента. Цели индивидуального собственника. Цели управляющих. Цели работников, владеющих фирмой. Разрешение проблемы конфликта интересов собственника, управляющего и работников фирмы.

Максимизация общей выручки (модель Баумоля). Максимизация административных расходов (модель Уильямсона). Целеполагание фирмы, управляемой работниками (модель Уорда).

Тема 3. Доминирующая фирма на рынке: понятие, модели поведения и ценообразования

Детерминанты монопольной власти доминирующей фирмы. Ценовое лидерство доминирующей фирмы. Модель "самоубийственного" поведения доминирующей фирмы. Статические и динамические модели ценообразования, ограничивающие вход новых фирм в отрасль. Влияние высоты барьеров входа на политику доминирующей фирмы и потери обще-

ства от монопольной власти. Концепция квазиконкурентных (соревновательных, состязательных) рынков. Условия квази-конкурентности.

Тема 4. Вертикально интегрированные структуры на отраслевых рынках

Формы вертикальной интеграции и вертикального контроля. Стимулы вертикальной интеграции. Транзакционные издержки и способы их снижения. Способы образования вертикально интегрированных структур в экономике: экспансия, поглощение, рейдерство. Методы вертикальных ограничений цены и объёма продаж: установление минимальной цены перепродажи, франшиза, квотирование. Проблема "двойной надбавки" и её решение в рамках вертикальной интеграции. Совершенствование нормативной базы по вертикальным ограничениям.

Понятие и характерные особенности альянсов. Юридические формы альянсов. Регламентация деятельности альянсов. Необходимость альянсов: глобализация, технологическая эволюция. Партнёрства не конкурирующих фирм. Стратегические последствия создания партнёрства не конкурирующих фирм и альянса фирм – конкурентов.

Тема 5. Характеристика основных отраслевых рыночных структур

Основные черты олигополистического рынка. Понятие дифференцированной и недифференцированной олигополии. Классификация некооперативных стратегий поведения фирм в условиях олигополии: Модели Курно, Бертрана, Штакельберга, Форхаймера. Парадокс Бертрана и его разрешение на практике. Кооперативные модели поведения олигополистов. Аппарат теории игр в анализе олигополистического поведения. Равновесие по Нэшу, условия его существования и характеристики в различных играх. Расходы на исследования (НИОКР) и инновации как объект стратегического выбора. Экономические последствия олигополизации рынка.

Понятие рынка и типов рыночных структур. Проблема измерения концентрации продавцов на рынке. Определение границ рынка: продуктовые, локальные, временные. Показатели размера фирмы: доля продаж на рынке, добавленной стоимости, занятости, активов. Измерение концентрации рыночной власти фирмы: прямые (индексы Бейна, Тобина, Лернера), косвенные (индексы концентрации, Херфиндаля-Хиршмана, Холла-Тайдмана; коэффициенты относительной концентрации, энтропии, Джини, дисперсия рыночных долей). Достоинства и ограничения показателей, связь между ними, условия применения.

Изменение концентрации во времени. Подходы, объясняющие изменение концентрации во времени. Понятие эффекта масштаба, виды и источники. Измерение экономии от масштаба. Факторы, влияющие на изменение концентрации. Эффект от слияний и поглощений. Концепция "поиска ренты" и монопольная прибыль как потери общества. Х – неэффективность и Х-эффективность монополии: влияние на социальные потери. Стратегические факторы рыночной структуры. Нестратегические факторы рыночной структуры.

Тема 6. Информационные проблемы функционирования отраслевых рынков

Особенности и значения информации в рыночной экономике. Проблемы взаимодействия субъектов в условиях их неполной информированности. Причины и последствия неполноты и асимметричности информации. Концепция сигналов. Репутация и имидж фирмы. Цена как сигнал качества. Необратимые расходы и барьеры входа на рынок с асимметричной информацией о качестве. Модель "рынка лимонов" Дж.Акерлофа. Проблемы "риска недобросовестного контрагента" и "негативного отбора". Асимметричность информации

о ценах и модель "туристы – местные жители". Модель Даймонда (ловушка для туристов). Решение "проблемы лимонов": информирование, увещевание, сигнализирование.

Тема 7. Дискриминационное ценообразование на отраслевых рынках

Ценовые стратегии фирм в краткосрочном и долгосрочном периодах. Понятие ценовой дискриминации, её цель и условия реализации. Основные типы ценовой дискриминации. Ценовая дискриминация первой степени – "совершенная ценовая дискриминация". Ценообразование "клубных" благ. Ценовая дискриминация второй степени - в зависимости от объёма покупки. Блочный тариф, дисконтные карты. Ценовая дискриминация третьей степени - по группам потребителей – "разграничение рынков". Критерии дифференциации потребителей: по времени совершения покупки, по статусу, по степени информированности, по готовности к ожиданию. Межвременная дискриминация: ценообразование на товары длительного пользования. Парадокс Коуза и его разрешение на практике. Законность и последствия ценовой дискриминации.

Основа исследования дифференциации продукта – подход "выделенных характеристик". Модель Чемберлина дифференциации продукта. Модель горизонтальной дифференциации продукта. Модель вертикальной дифференциации продукта.

Тема 8. Результативность функционирования отраслевых структур

Понятие эффективности, её виды. Народнохозяйственная, отраслевая, групповая, индивидуальная эффективность. Проблема не соответствия эффективности функционирования экономики, отрасли и отраслевого рынка. Пути согласования интересов отрасли, рынка и экономики. Эффективность деятельности предприятия на отраслевом рынке. Эффективность отраслевой деятельности. Способы воздействия отрасли на предприятие. Особенности формирования отраслевых рынков и повышение эффективности на этой основе.

Показатели эффективности отраслевой деятельности. Особенности системы показателей эффективности деятельности предприятий различных отраслей. Особенности оценки и системы показателей эффективности деятельности предприятий сферы услуг.

Тема 9. Государственная политика относительно отраслевых рынков

Цели и типы отраслевой политики. Подходы к оценке несостоятельности отраслевых рынков. Регулирование как форма прямого вмешательства в деятельность рынка. Формы регулирования естественных монополий: ценовые и неценовые. Дерегулирование отраслевых рынков. Формы разгосударствления экономики.

Теоретические основы государственной антимонопольной политики за рубежом и в России. Государственная антимонопольная политика в отношении слияния и поглощения фирм. Особенности государственной политики относительно соглашений о фиксировании цен и ценовой дискриминации.