

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.02.01 Анализ отраслевых рынков

Учебный план: 2024-2025 38.03.02 ИЭСТ Маркетинг ОЗО №1-3-107.plx

Кафедра: **55** Экономики и финансов

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
4	УП	4	100	4	3	Зачет
	РПД	4	100	4	3	
Итого	УП	4	132	4	4	
	РПД	4	132	4	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент

Белов Валерий Игоревич

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой экономики и финансов

Никитина Людмила
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Никитина Людмила
Николаевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области теории отраслевых рынков

1.2 Задачи дисциплины:

- рассмотреть этапы развития теории отраслевых рынков как отдельной области экономических знаний;
- раскрыть структуру отраслевых рынков, их разновидности; экономические основы поведения организаций; результативность отраслевых рынков;
- раскрыть основные принципы государственной отраслевой политики;
- продемонстрировать особенности отраслевых рынков промышленности России

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Конкуренция и конкурентоспособность товаров

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Поведение потребителей

Ценовая политика предприятия

Анализ финансово-хозяйственной деятельности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен проводить мониторинг рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
Знать: базовые рыночные структуры современной экономики и их разновидности; экономическую эффективность типов рыночной конкуренции; рыночные стратегии предприятия
Уметь: анализировать закономерности формирования рыночной структуры; конкурентную среду отрасли; анализировать зависимость стратегического поведения производителей-продавцов и результатов их деятельности от особенностей рынков
Владеть: навыками оценки конкурентной среды отрасли; оценки экономической эффективности рынков; оценки результатов выбранной модели поведения предприятия на рынке
ПК-3: Способен прогнозировать диапазон цен на товары, работы и услуги с учетом маркетинговой политики предприятия
Знать: рыночные стратегии предприятия в области ценообразования с учетом отраслевой структуры
Уметь: оценивать и предлагать стратегии развития организации с учетом отраслевой принадлежности
Владеть: навыками оценки деятельности предприятия, в том числе в области ценообразования с учетом отраслевой структуры рынка

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Теория отраслевых рынков как отдельная область экономических знаний. Рынок и фирма	3					Э
Тема 1. Отрасль и рынок. Отраслевые рынки. Фирма – центральный элемент отрасли Классификация фирм. Выручка и прибыль в деятельности фирмы		2		16		
Тема 2. Рыночная власть: понятие, причины возникновения. Измерение рыночной власти Измерение рыночной власти: показатели, характеризующие размер фирмы относительно размера рынка; показатели концентрации производителей (продавцов) в отрасли, показатели монопольной власти		2		16	ИЛ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32		
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0				
Раздел 2. Типы рыночной конкуренции, их экономическая эффективность	4					Пр
Тема 3. Концентрация производства и монополизм Практическое занятие: Методы демонаполизации отрасли с естественной монополией			1	25		
Тема 4. Рынок совершенной и несовершенной конкуренции. Свойства конкурентного равновесия Практическое занятие: Отрасль и эффективность функционирования экономики			1	25	ГД	
Раздел 3. Рыночные стратегии фирмы: обоснование выбора						К
Тема 5. Ценовая дискриминация, мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации Практическое занятие: Проблемы ценового регулирования. Типы и методы ценовой дискриминации			1	25		
Тема 6. Продуктовая дифференциация. Горизонтальная и вертикальная интеграция			1	25	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	100			
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25					
Всего контактная работа и СР по дисциплине		8,25	132			

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-1	раскрывает содержание и особенности направлений реализации антимонопольного регулирования в РФ; политики регулирования естественной монополии; раскрывает особенности политики поддержки конкуренции; использует нормы закона по регулированию монополистической деятельности, регулированию злоупотреблений доминирующим положением, соглашений хозяйствующих субъектов, по регулированию деятельности естественных монополий для оценки конкурентности рыночных структур; разъясняет логическую связь степени конкурентности рынка и результатов деятельности предприятия; раскрывает методы расчёта концентрации на рынке, способы расчёта монопольной власти	вопросы для устного собеседования; практико-ориентированные задания
ПК-3	объясняет понятие отрасли как рынка товара; критерии определения границ рынка; структуру отрасли, факторы, её определяющие; рынки совершенной и несовершенной конкуренции; статическую и динамическую эффективность рыночных структур; ценовые и неценовые стратегии предприятия; использует данные о структуре рынков для принятия обоснованных решений по выбору стратегии развития организации; для построения теоретической модели поведения предприятия на рынке; оценивает результаты функционирования предприятия, результативность функционирования рынка; использует методы анализа конкуренции на рынке; методы определения результативности рынков; методы оценки результатов функционирования фирмы на рынке	вопросы для устного собеседования; практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	студент свободно ориентируется в материале и отвечает без затруднений, способен к выполнению сложных заданий, постановке целей и выборе путей их реализации; отличное выполнение практических заданий с незначительным количеством ошибок; студент демонстрирует навык аналитической работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра	
Не зачтено	студент допускает значительные ошибки и обнаруживает лишь начальную степень ориентации в материале; необходима значительная дальнейшая работа для успешного выполнения практических заданий; студент не демонстрирует навык аналитической работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	

1	Классификация отраслей промышленности. Рынок: понятие, предпосылки возникновения, условия развития. Функции рынка. Виды рынков
2	Отрасль и рынок. Отраслевой рынок
3	Степень дифференциации продуктов на рынке
4	Фирма – центральный элемент отрасли. Альтернативные цели фирмы
5	Рыночная власть: понятие, причины возникновения
6	Барьеры входа-выхода фирм на отраслевых рынках
7	Нестратегические и стратегические барьеры входа-выхода. Показатели статистики входа-выхода фирм на рынок
8	Показатели монопольной власти
9	Монополия на отраслевом рынке. Результативность деятельности монополии
10	Демонополизация отрасли, естественные монополии
11	Ценообразование «издержки плюс» (преимущества и недостатки)
12	Последствия ценовой дискриминации для фирмы, потребителей, общества
13	Поведение доминирующей фирмы. Ценовое лидерство
14	Методы стимулирования продажи товаров
15	Вертикальная и горизонтальная дифференциация продукта, их модели
16	Формирование ассортимента и управление товарными запасами
17	Интеграция: сущность, виды. Вертикальная интеграция: формы, мотивы «за» и «против»
18	Формы вертикальных связей и ограничений
19	Вертикальная квазиинтеграция. Типы вертикальной квазиинтеграции, присущие российской экономике
20	Вертикальные связи, вертикальные ограничения. Виды (примеры) вертикальных ограничений. Сетевые формы взаимодействия
21	Диверсификация: сущность, виды. Причины и последствия диверсификации
22	Стратегия расширения масштабов бизнеса: поглощения, слияния фирм и их отражение на фондовом рынке
23	Отраслевая политика: цель, задачи. Структура отраслевой политики
24	Антимонопольная политика России: цели, задачи, основные характеристики
25	Дерегулирование отраслевых рынков
26	Роль государства в формировании и функционировании состоятельных отраслевых рынков
27	Государственная политика по отношению к несостоятельным рынкам
28	Типы рыночных структур, характерные для отраслевых рынков разной промышленности

5.2.2 Типовые тестовые задания

Типовые тестовые задания не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1.

Торговое предприятие закупило 400 единиц товара по 90 руб. за единицу и продает по цене 100,8 руб. Определить: сколько единиц изделий ей нужно закупить, чтобы сохранить валовую прибыль на прежнем уровне при понижении продажной цены одного изделия на 5%.

Задание 2.

Между ЗАО "Трикотаж" и ЗАО "Модный дом" был заключен договор поставки мужских кожаных курток в количестве 200 штук. ЗАО "Трикотаж" отгрузило вышеуказанный товар в адрес ООО "Дубленки и кожа", ссылаясь на устную телефонную просьбу главного бухгалтера ЗАО "Модный дом", которая в последующем не была подтверждена руководством последнего. Выполнило ли ЗАО "Трикотаж" свои обязательства надлежащим образом? Ответ обоснуйте.

Задание 3.

Оптовая отпускная цена товара составила 10000 руб., издержки обращения посредника равны 700 руб. на единицу изделия, планируемая посредником рентабельность составляет 50 %, налог на добавленную стоимость для посредника – 20 %. Определить оптовую цену закупки.

Задание 4.

Предположим, что две одинаковые фирмы решают, стоит ли входить на рынок. Затраты на вход s — маленькие, но положительные. Продукт однородный. Функция спроса представлена в виде: $P = 100 - Q$, где Q — совокупный объем продаж на рынке. Предельные издержки равны нулю. Прибыль фирмы составит?

Задание 5.

Спрос на рис описывается уравнением $Q=30-3P$. А предложение описывается уравнением $Q=10+P$. Найти равновесную цену и количество риса (в килограммах). Какая ситуация образуется на рынке, если правительство установит минимальную цену в размере 7 денежных единиц?

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течение семестра выполняется контрольная работа.

Время подготовки ответа при сдаче зачета в устной форме должно составлять не менее 20 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 15 минут. При подготовке к устному зачету экзаменуемый, как правило, ведет записи в листе устного ответа, который затем (по окончании зачета) сдается экзаменатору. При проведении устного зачета экзаменационный билет выбирает сам экзаменуемый в случайном порядке. Экзаменатору предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины текущего семестра, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи, которые изучались на практических занятиях. Оценка результатов устного аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения. При проведении устного зачета в аудитории могут одновременно находиться не более шести экзаменуемых. По окончании ответа на вопросы билета экзаменатор может задать экзаменуемому дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на зачет

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Кондратов, М. В., Гарипов, Р. И.	Теория отраслевых рынков. Практикум	Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/81499.html
Кузовкова, Т. А., Володина, Е. Е., Кухаренко, Е. Г., Шаравова, О. И.	Теория отраслевых рынков	Москва: Московский технический университет связи и информатики	2018	http://www.iprbookshop.ru/92446.html
Симченко, Н. А., Горячих, М. В.	Теория отраслевых рынков	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/85752.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Верховец О. А.	Теория отраслевых рынков	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского	2016	http://www.iprbookshop.ru/59662.html
Гоголина, Л. В.	Теория отраслевых рынков	Москва: Российская таможенная академия	2018	http://www.iprbookshop.ru/93225.html
Титова М. Н.	Теория отраслевых рынков	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017581

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Федеральная служба государственной статистики : <http://www.gks.ru>
2. Рейтинг РБК: <http://www.rating.rbc.ru>
3. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>
5. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» версии 3.3

СПС КонсультантПлюс

Google Forms

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска