

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор - проректор по учебной
работе и дистанционному обучению



В.В. Закурдаева

«31» августа 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.09 «Экономика отраслевых рынков»

(ОФО, ЗФО)

Направление подготовки

38.04.01 Экономика, Профиль "Экономика фирмы и отраслевых рынков"

Курск 2019

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.03.2015 № 321.

Разработчик:

к.э.н., профессор МЭБИК, доцент Кликунов Н.Д.

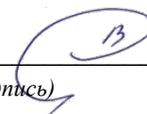


Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры экономики
Протокол № 1 от «30» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой: к.э.н., доцент Окороков В.М.

(ученая степень, звание, Ф.И.О.)

(подпись)



1. Цель и задачи освоения дисциплины:

Цель:

формирование у слушателей умения использовать грамотные стратегические ходы в отраслевой конкуренции и получать конкурентные преимущества

Задачи:

Умение разыгрывать ситуации в рамках модели Бертрана, Курно и Штакельберга и выявлять оптимальные стратегии поведения

Расчет эффективности рекламных компаний

Выявление условий самоподдержания сговора на отраслевом рынке

Применения знаний о сетевых эффектах в конкретных экономических ситуациях

Определение эффективности радикальных и нерадикальных инноваций

Выработка стратегии поведения фирмы в условиях монополистической конкуренции

2. Место дисциплины в структуре программы

Дисциплина Б1.В.09 «Экономика отраслевых рынков» входит в блок Б1 «Вариативная часть» учебного плана.

Для успешного прохождения дисциплины необходимы знания, полученные при прохождении дисциплин «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Теория вероятностей», «Цены и ценообразование» и «Теория игр и стратегическое поведение».

Данный курс является одним из ключевых для подготовки профессионала соответствующего уровня.

Знания, полученные после изучения данной дисциплины необходимы для успешного прохождения всех последующих экономических дисциплин, выполнения практик и написания итоговой выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Знать:

базовые положения теории конкуренции по Бертранию, Курно и Штакельбергу

типы рынков и принципы поведения на каждом типе рынка

факторы успеха и неуспеха в реализации политики сговора

стратегический действия, используемые в конкурентной борьбе

Уметь:

Рассчитывать эффективность конкретной стратегии на конкретном типе рынка

Использовать принцип двойной маржинализации для повышения эффективности работы фирмы на рынке

Применять комплектование и рекламные акции для достижения конкурентных преимуществ

Рассчитывать прибыль на рынке с наличием сетевых эффектов

Рассчитывать отдачу от вложений в НИОКР

Определять и использовать оптимальную стратегию на рынках монополистической конкуренции и рынках с доминированием одной фирмы.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

обобщенную трудовую функцию: деятельность по планированию и прогнозированию экономического развития систем и подсистем.

трудовые функции: подготовка методических и справочных материалов по вопросам организации эффективной деятельности фирмы и отраслевых рынков

трудовые действия: экономический анализ, экономическое планирование, нахождение экономического равновесия на федеральных, региональных и муниципальных рынках

3.3. Компетенции

ПК - Профессиональные компетенции

Код	Наименование компетенции
ПК-1	способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований
ПК-7	способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Форма обучения Очная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр(ы)
		3
Контактная работа (всего)	49.6	49.6
В том числе:		
Лекционные занятия	12	12
Практические занятия	36	36
Контактная работа на аттестацию	1.6	1.6
Самостоятельная работа	60	60
Часы на контроль	34.4	34.4
ИТОГО:	144	144
з.е.	4	4

Форма обучения Заочная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр(ы)
		3
Контактная работа (всего)	17.6	17.6
В том числе:		
Лекционные занятия	4	4
Практические занятия	12	12
Контактная работа на аттестацию	1.6	1.6
Самостоятельная работа	119	119
Часы на контроль	7.4	7.4
ИТОГО:	144	144
з.е.	4	4

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	СРС	Катт	Контроль
1	Раздел 1. Дуополия. Конкуренция по Берtrandу	2	6	13		
1.1	Стратегические взаимодействия на олигопольном рынке.	1	2	4		
1.2	Модель Бертрана для совершенных субститутов.	1	2	4		
1.3	Модель Бертрана для несовершенных субститутов.		2	5		
2	Раздел 2. Конкуренция по Курно. Калибровка	2	6	13		
2.1	Модель Курно. Совершенная конкуренция и монополия как частные случаи модели Курно	1	2	4		
2.2	Калибровка в модели Курно	1	2	4		
2.3	Модель Курно для трех и большего количества фирм.		2	5		
3	Раздел 3. Конкуренция по Штакельбергу. Вертикальные связи	2	6	13		
3.1	Модель Штакельберга.	1	2	4		
3.2	Вертикальные связи как частный случай модели Штакельберга.	1	2	4		
3.3	Способы решения проблем, порождаемых вертикальными связями.		2	5		
4	Раздел 4. Реклама. Комплектование	2	6	13		
4.1	Реклама. Влияние рекламы на спрос.	1	2	4		
4.2	Эффективность рекламных кампаний.	1	2	4		
4.3	Самоотбор. Чистое и смешанное комплектование.		2	5		
5	Раздел 5. Сговор. Оппортунистическое поведение	2	6	5		
5.1	Сговор как способ решения парадокса Бертрана. Оппортунистическое поведение.	1	2	2		
5.2	Склонность к нарушению картельного сговора в конкуренции по Берtrandу.	1	2	2		
5.3	Условия поддержания эффективного сговора		2	1		
6	Раздел 6. Исследования и разработки. Сетевые эффекты	2	6	3		
6.1	Понятие сетевого эффекта. Виды сетевых эффектов.	1	2	1		
6.2	Роль сетевых эффектов в информационных технологиях.	1	2	1		
6.3	Радикальные и нерадикальные инновации. Модель выгод от вложения в нерадикальные инновации для ситуации монополии и олиго-		2	1		

	полии					
	Итого	12	36	60	1,6	34,4

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	СРС	Кагг	Контроль
1	Раздел 1. Дуополия. Конкуренция по Берtrandу	1	2	21		
1.1	Стратегические взаимодействия на олигопольном рынке.	1	1	7		
1.2	Модель Бертрана для совершенных субститутов.		1	7		
1.3	Модель Бертрана для несовершенных субститутов.			7		
2	Раздел 2. Конкуренция по Курно. Калибровка	1	2	21		
2.1	Модель Курно. Совершенная конкуренция и монополия как частные случаи модели Курно	1	1	7		
2.2	Калибровка в модели Курно		1	7		
2.3	Модель Курно для трех и большего количества фирм.			7		
3	Раздел 3. Конкуренция по Штакельбергу. Вертикальные связи	1	2	21		
3.1	Модель Штакельберга.	1	1	7		
3.2	Вертикальные связи как частный случай модели Штакельберга.		1	7		
3.3	Способы решения проблем, порождаемых вертикальными связями.			7		
4	Раздел 4. Реклама. Комплектование	1	2	21		
4.1	Реклама. Влияние рекламы на спрос.	1	1	7		
4.2	Эффективность рекламных кампаний.		1	7		
4.3	Самоотбор. Чистое и смешанное комплектование.			7		
5	Раздел 5. Сговор. Оппортунистическое поведение		2	21		
5.1	Сговор как способ решения парадокса Бертрана. Оппортунистическое поведение.		1	7		
5.2	Склонность к нарушению картельного сговора в конкуренции по Берtrandу.		1	7		
5.3	Условия поддержания эффективного сговора			7		
6	Раздел 6. Исследования и разработки. Сетевые эффекты		2	14		
6.1	Понятие сетевого эффекта. Виды сетевых эффектов.		1	5		

6.2	Роль сетевых эффектов в информационных технологиях.		1	5		
6.3	Радикальные и нерадикальные инновации. Модель выгод от вложения в нерадикальные инновации для ситуации монополии и олигополии			4		
	Итого	4	12	119	1,6	7,4

5.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Раздел 1. Дуополия. Конкуренция по Бертрону	Стратегические взаимодействия на олигопольном рынке. Монополия и совершенная конкуренция как пограничные случаи рыночной организации. Дуополия. Модель Бертрона для совершенных субституттов. Лояльные потребители. Кривые реакции и достижение равновесия. Модель Бертрона для несовершенных субституттов.
2	Раздел 2. Конкуренция по Курно. Калибровка	Модель Курно. Ограничения в производственных мощностях. Совершенная конкуренция и монополия как частные случаи модели Курно. Калибровка в модели Курно. Модель Курно для трех и большего количества фирм. Решение задачи Курно в Excel. Нелинейная функция спроса в модели Курно.
3	Раздел 3. Конкуренция по Штакельбергу. Вертикальные связи	Модель Штакельберга. Взаимодействия лидера и последователя. Вертикальные связи как частный случай модели Штакельберга. Двойная маргинализации. Способы решения проблем, порождаемых вертикальными связями. Проблема определения типа стратегических взаимодействий на олигопольном рынке
4	Раздел 4. Реклама. Комплектование	Реклама. Влияние рекламы на спрос. Реклама как разновидность эффекта «воровства бизнеса». Эффективность рекламных кампаний. Рекламные акции: «Увеличиваем ценность для существующих потребителей», «Расширяем круг потребителей». Самоотбор. Комплектование и проблема максимизации дохода. Комплектование и проблема максимизации прибыли. Чистое и смешанное комплектование.
5	Раздел 5. Сговор. Оппортунистическое поведение	Сговор как способ решения парадокса Бертрона. Оппортунистическое поведение. Склонность к нарушению картельного сговора в конкуренции по Бертрону. Условия поддержания эффективного сговора: число игроков на рынке. Условия поддержания эффективного сговора: норма дисконта
6.	Раздел 6. Исследования и разработки. Сетевые эффекты	Понятие сетевого эффекта. Виды сетевых эффектов. Эффект присоединения к большинству и эффект сноба. Роль сетевых эффектов в информационных технологиях. Проблема QWERTY. Кривые спроса при наличии сетевых эффектов. Равновесия на рынке с наличием сетевых эффектов. S-кривые. Критическая масса потребителей: пандемическая гипотеза и логит-модели. Скорость распространения информации. Издержки перехода на новую технологию. Особенности спроса и максимизация прибыли при наличии сетевых эффектов в условиях конкуренции и монополии Аллокационная, производственная и динамическая эф-

		фективность монополии. Подход Йозефа Шумпетера Радикальные и нерадикальные инновации. Модель вы- год от вложения в нерадикальные инновации для ситуа- ции монополии и олигополии
--	--	---

6. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины

Наименование раздела дисциплины	Формируемые компетенции		
	Раздел 1. Дуополия. Конкуренция по Берtrandу	ПК-1	ПК-7
Раздел 2. Конкуренция по Курно. Калибровка	ПК-1	ПК-7	
Раздел 3. Конкуренция по Штакельбергу. Вертикальные связи	ПК-1	ПК-7	
Раздел 4. Реклама. Комплектование	ПК-1	ПК-7	
Раздел 5. Сговор. Оппортунистическое поведение	ПК-1	ПК-7	
Раздел 6. Исследования и разработки. Сетевые эффекты	ПК-1	ПК-7	

7. Методические рекомендации преподавателям по дисциплине

Аудиторная работа проводится в виде традиционных лекционно-практических занятий.

Слушателям предлагаются следующие видео-лекции по дисциплине:

Тема 1. Дуополия. Конкуренция по Берtrandу

ОР-1-1. Стратегические взаимодействия на олигопольном рынке (Лекция № 84, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-1-2. Монополия и совершенная конкуренция как пограничные случаи рыночной организации. (Лекция № 85, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-1-3. Дуополия. Модель Бертрана для совершенных субститутов. Лояльные потребители. Кривые реакции и достижение равновесия (Лекция № 86, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-1-4. Модель Бертрана для несовершенных субститутов.

Тема 2. Конкуренция по Курно. Калибровка

ОР-2-1. Модель Курно. Ограничения в производственных мощностях. Совершенная конкуренция и монополия как частные случаи модели Курно (Лекция № 87, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-2-2. Калибровка в модели Курно (Лекция № 88, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-2-3. Модель Курно для трех фирм. Решение задачи в Excel (Лекция № 91, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-2-4. Нелинейная функция спроса в модели Курно. Решение задачи про козлов

Тема 3. Конкуренция по Штакельбергу. Вертикальные связи

ОР-3-1. Модель Штакельберга. Взаимодействия лидера и последователя (Лекция № 89, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-3-2. Вертикальные связи как частный случай в модели Штакельберга

ОР-3-3. Способы решения проблем, порождаемых вертикальными связями

ОР-3-4. Последовательная игра. Модель Бертрана с неполными заменителями

ОР-3-5. Проблема определения типа стратегических взаимодействий на олигопольном рынке (Лекция № 90, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

Тема 4. Реклама. Сегментирование

ОР-4-1. Реклама. Влияние рекламы на спрос. Реклама как разновидность эффекта «воровства бизнеса»

ОР-4-2. Эффективность рекламных кампаний. Рекламные акции. «Увеличиваем ценность для существующих потребителей». «Расширяем круг потребителей». (Лекция № 46, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-4-3. Самоотбор. Комплектование. (Лекция № 43 ; 13.59 - 21.35; в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-4-4. Чистое и смешанное комплектование. Пространственная дискриминация (Лекция № 44, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

Тема 5. Сговор. Оппортунистическое поведение

ОР-5-1. Сговор как способ решения парадокса Бертрана. Оппортунистическое поведение

ОР-5-2. Склонность к нарушению картельного сговора в конкуренции по Бертрону
Статья PDF. Склонность к нарушению картельного сговора в конкуренции по Бертрону

Тема 6. Сетевые эффекты. Исследования и разработки.

ОР-6-1. Понятие сетевого эффекта. Эффект присоединения к большинству и эффект сноба. Роль сетевых эффектов в информационных технологиях. Проблема QWERTY (Лекция № 101, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-6-2. Кривые спроса при наличии сетевых эффектов. Равновесия на рынке с наличием сетевых эффектов (Лекция № 102, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-6-3. S-кривые. Критическая масса потребителей: пандемическая гипотеза и логит-модели. Скорость распространения информации. Издержки перехода на новую технологию (Лекции № 103+104+105, в курсе «Микроэкономика для бизнес-администрирования»)

ОР-6-4. Сетевые эффекты. Особенности спроса и максимизация прибыли при наличии сетевых эффектов в условиях конкуренции и монополии (0 – 57.42 – в теме 11 Институционалисты и основы экономической антропологии – Курс «История экономических учений»)

ОР-6-5. Поведение монополии при наличии сетевых эффектов. Подход Рональда Коуза. (23.56 – 33.45 в теме 14 - Экономический империализм и проблема стимулов к инновациям – Курс «История экономических учений»)

ОР-6-6. Аллокационная, производственная и динамическая эффективность монополии. Подход Йозефа Шумпетера. (33.45 – 39.31 в теме 14 - Экономический империализм и проблема стимулов к инновациям – Курс «История экономических учений»)

ОР-6-7. Радикальные и нерадикальные инновации. Модель выгод от вложения в нерадикальные инновации для ситуации монополии и олигополии (39.31 – до конца - в теме 14 - Экономический империализм и проблема стимулов к инновациям – Курс «История экономических учений»)

8. Методические рекомендации для преподавателей по проведению текущего контроля успеваемости/промежуточной аттестации по дисциплине¹

Текущий контроль успеваемости обучающихся проводится по каждому разделу учебной дисциплины и включает контроль знаний на аудиторных и внеаудиторных занятиях в ходе выполнения самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме сдачи экзамена

Экзамен сдается согласно расписанию и служит формой проверки учебных достижений обучающихся по всей программе учебной дисциплины и преследуют цель оценить учебные достижения за академический период. Обучающийся может быть допущен к сдаче промежуточной аттестации в случае успешного прохождения заданий из фонда оценочных материалов

Вопросы к экзамену

1. Стратегические взаимодействия на олигопольном рынке.
2. Монополия и совершенная конкуренция как пограничные случаи рыночной организации.
3. Дуополия как форма рыночной организации. Олигополия
4. Модель Бертрана для совершенных субституттов.
5. Лояльные потребители.
6. Кривые реакции и достижение равновесия.
7. Модель Бертрана для несовершенных субституттов.
8. Модель Курно.
9. Ограничения в производственных мощностях в поделе Курно.
10. Совершенная конкуренция как частный случай модели Курно
11. Монополия как частный случай модели Курно.
12. Калибровка в модели Курно.
13. Модель Курно для трех и большего количества фирм. Решение задачи Курно в Excel.
14. Нелинейная функция спроса в модели Курно.
15. Модель Штакельберга.
16. Взаимодействия лидера и последователя в модели Штакельберга.
17. Вертикальные связи как частный случай модели Штакельберга.
18. Двойная маржинализации.
19. Способы решения проблем, порождаемых вертикальными связями.
20. Проблема определения типа стратегических взаимодействий на олигопольном рынке

¹описывается технология проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

21. Реклама. Влияние рекламы на спрос.
22. Реклама как разновидность эффекта «воровства бизнеса».
23. Эффективность рекламных кампаний.
24. Рекламные акции: «Увеличиваем ценность для существующих потребителей»
25. Рекламные акции «Расширяем круг потребителей».
26. Самоотбор.
27. Комплектование и проблема максимизации дохода.
28. Комплектование и проблема максимизации прибыли.
29. Чистое и смешанное комплектование.
30. Сговор как способ решения парадокса Бертрана.
31. Оппортунистическое поведение.
32. Склонность к нарушению картельного сговора в конкуренции по Бертрану.
33. Условия поддержания эффективного сговора: число игроков на рынке.
34. Условия поддержания эффективного сговора: норма дисконта
35. Понятие сетевого эффекта. Виды сетевых эффектов.
36. Эффект присоединения к большинству и эффект сноба. Роль сетевых эффектов в информационных технологиях.
37. Проблема QWERTY.
38. Кривые спроса при наличии сетевых эффектов.
39. Равновесия на рынке с наличием сетевых эффектов. S-кривые.
40. Критическая масса потребителей: пандемическая гипотеза и логит-модели.
41. Скорость распространения информации и сетевые эффекты.
42. Издержки перехода на новую технологию.
43. Особенности спроса и максимизация прибыли при наличии сетевых эффектов в условиях конкуренции и монополии
44. Аллокационная, производственная и динамическая эффективность монополии. Подход Йозефа Шумпетера
45. Радикальные и нерадикальные инновации.
46. Модель выгод от вложения в нерадикальные инновации для ситуации монополии и олигополии
47. Монополистическая конкуренция. Формулировка проблемы.
48. Равновесие на рынке монополистической конкуренции
49. Поведение фирмы, доминирующей на рынке
50. Обобщение типичных проблем, связанных со стратегическим поведением на отраслевых рынках

9. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины, в том числе для самостоятельной работы обучающихся

9.1. Работа над понятиями

1. Знать термин.
2. Выделить главное в понятии.
3. Выучить определение.
4. Уметь использовать понятие в различных формах ответа.

9.2. Запись лекции

1. Настроиться на запись лекции (состояние внутренней готовности, установка).

2. Соблюдать единый орфографический режим:
 - а) записать дату, тему, план, рекомендованную литературу;
 - б) вести запись с полями;
 - в) выделять главное, существенное (подчеркивая, абзацы, цвет, пометки на полях и т.д.).
3. Запись вести сжато, но без искажения содержания.
4. Выделять основные понятия, определения, схемы, факты, сведения, статистические данные.

9.3. Работа с источником информации:

1. Познакомиться в целом с содержанием источника информации:
 - а) чтение аннотации источника;
 - б) чтение вступительной статьи;
 - в) просматривание оглавления;
 - г) чтение источника с выделением основных проблем и выводов;
 - д) работа со словарем с целью выяснения значений понятий.
2. Составить план темы:
 - а) выделить логически законченные части;
 - б) выделить в них главное, существенное;
 - в) сформулировать вопросы или пункты плана;
 - г) ставить вопросы по прочитанному.

9.4. Конспектирование:

1. Определить цель конспектирования.
2. Составить план.
3. Законспектировать источник:
 - а) указать автора статьи, ее название, место и год написания, страницы;
 - б) составить конспект по следующим формам (по указанию преподавателя или выбору студента): 1. Цитатный план. 2. Тезисный план.

9.5. Решение задач

1. Внимательно прочитать условие задачи
2. Сделать графическую иллюстрацию
3. Решить задачу в общем виде
4. Решить задачу в программе «Excel»

10. Перечень информационных технологий

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующее:	
Оборудование:	Проектор; Интерактивная доска; Ноутбук; Экран на треноге; ПК; Колонки.
Программное обеспечение и информационно справочные системы:	ЭБС Znanium; Консультант плюс; WindowsXPProfessionalSP3; Windows 7; MicrosoftOffice 2007; MicrosoftOffice 2010;

АнтивирусDoctorWeb; Gimp 2; CorelDrawGraphicsSuiteX4; 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
--

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. *Кабраль Луис М.Б.* Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2017. - 356 с.// Свободный доступ
2. С.Б. Авдашева, Н.М. Розанова ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ. Учебник. - М.: ИЧП «Издательство Магистр», 2018. - 320 с// Свободный доступ.

Статьи разработчика программы Н.Д. Кликунова

Статьи разработчика программы можно найти и скачать по адресу: https://yadi.sk/i/bb_F2rX63QxtwF

«Институциональные ловушки» высшего образования в России// сборнике Непрерывное образование: вызовы, компетенции, гибкость и последствия для образовательных структур, М.: изд-во Общественной палаты РФ, 2012. С.32-37

Высшее образование: проблемы и последствия перехода к сетевым технологиям обучения // Провинциальные научные записки, 2015. № 2, С. 54-59 (ISSN 2411-0736)

Кликунов Н.Д. Склонность к нарушению картельного сговора в конкуренции по Бертрану // Современная конкуренция / 2016. Том 10. № 5 (59) // http://www.moderncompetition.ru/articles/article/index.php?article_id_4=2019

Н.Д. КЛИКУНОВ. "От конкуренции a-la Курно к конкуренции a-la Бертран: влияние сетевых технологий на трансформацию высшего образования России" // «Наука и практика регионов» № 1(6) 2017, С. 5-18 // <http://meb-journal.wix.com/mebik> (ISSN 9999-0872)

ТЭГ «Отраслевые рынки» в блоге «Курск и его окрестности»// <https://klikunov-nd.livejournal.com/tag/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82>

б) дополнительная литература

Тема 1. Дуополия. Конкуренция по Бертрану.

1. *Кабраль Луис М.Б.* Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2003. - 356 с. Глава 7. Модели олигопольной конкуренции
2. Вериан Хэлл Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход.: Учебник для ВУЗов/ пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. - М.: ЮНИТИ, 1997 – Глава 26 – Олигополия

Тема 2. Конкуренция по Курно. Калибровка

1. *Кабраль Луис М.Б.* Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2003. - 356 с. Глава 7. Модели олигопольной конкуренции
2. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 808с – Раздел 12.2 – Олигополия

3. ВерианХэлл Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход.: Учебник для ВУЗов/ пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. - М.: ЮНИТИ, 1997 – Глава 26 – Олигополия

Тема 3. Конкуренция по Штакельбергу. Вертикальные связи

1. *Кабраль Луис М.Б.* Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2003. - 356 с. Глава 11. Вертикальные связи
2. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 808с – Раздел 12.3 – Преимущество первого хода – модель Штакельберга
3. ВерианХэлл Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход.: Учебник для ВУЗов/ пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. - М.: ЮНИТИ, 1997 – Глава 26 – Олигополия

Тема 4. Реклама. Комплектование

1. *Кабраль Луис М.Б.* Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2003. - 356 с. Глава 12. Реклама
2. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 808с – Раздел 11.5 – Комплектование; Раздел 11.6 - Реклама
3. ВерианХэлл Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход.: Учебник для ВУЗов/ пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. - М.: ЮНИТИ, 1997 – Глава 24 – Поведение монополии (Продажа товаров наборами)

Тема 5. Сговор. Оппортунистическое поведение

1. *Кабраль Луис М.Б.* Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2003. - 356 с. Глава 8. Сговор
2. ВерианХэлл Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход.: Учебник для ВУЗов/ пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. - М.: ЮНИТИ, 1997 – Глава 26 – Олигополия (Сговор)

Тема 6. Исследования и разработки. Сетевые эффекты

1. *Кабраль Луис М.Б.* Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2003. - 356 с. Глава 16. Исследования и разработки
2. ВерианХэлл Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход.: Учебник для ВУЗов/ пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. - М.: ЮНИТИ, 1997 – Глава 33 – Информационные технологии

в) Интернет-ресурсы:

1. ЭБС <http://znanium.com>
2. E-learning курс "Микроэкономика для бизнес-администрирования: <http://www.intuit.ru/studies/courses/3516/758/info>
3. E-learning курс "Микроэкономика для государственного администрирования: <http://www.intuit.ru/studies/courses/3495/737/info>
4. E-learning курс "Макроэкономика": <http://www.intuit.ru/studies/courses/3503/745/info>
5. E-learning курс "История экономических учений": <http://www.intuit.ru/studies/courses/3550/792/info>
6. Монополистическая конкуренция: http://economicus.ru/site/grebenikov/E_Micro/index.html
7. Олигополия и стратегическое поведение: <http://microeconomica.economicus.ru/index1.php?file=11>

8. Теория отраслевых рынков. Лектор АзаматКашакбаев // <https://www.youtube.com/watch?v=zeMVZOXEqPM&list=PLgEpoT7yA19WQLFbsrvGJ1T3xN3bqqwEK>

12. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа.</p> <p>Кабинеты, оснащенные мультимедийным оборудованием</p>	<p>№ 001, № 002, № 215, № 309, № 406</p>	<p>Средства звуковоспроизведения с мультимедийными комплексами для презентаций, интерактивная доска.</p> <p>Ноутбук, комплект мультимедиа, экран, техническое и программное обеспечение, подключение к Internet, доска фломастерная, флип-чат.</p>
<p>Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа/практических занятий.</p> <p>Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций.</p> <p>Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации.</p>	<p>№ 206, № 200, № 202, № 107, № 110, № 207</p>	<p>Учебные рабочие места</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компьютер Cel 3 ГГц, 512Мб, 120Гб, FDD, • Компьютер Intel Pentium Dual CPU 1,8 ГГц, 2048 Мб • Компьютер Intel Core i3 CPU 3,4 ГГц, 4 Гб • Компьютер Intel Core i5 CPU 3,2 ГГц, 4 Гб • Лицензионное программное обеспечение -Windows XP Professional SP3, Windows 7 • MicrosoftOffice 2007, 2010 • 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях • Антивирус DoctorWeb • Консультант Плюс • CorelDrawGraphicsSuite X4 • AdobeConnect 9 (вебинар)
<p>Помещение для самостоятельной работы</p>	<p>№ 102</p>	<p>столы компьютерные 13 шт., столы с дополнительным расширением для инвалидов и лиц с ОВЗ 2 шт., стулья 6 шт., компьютеры benq 17" lcd/cel 3мгц /512 mb/80 gb9 шт. доска фломастерная 2-х сторонняя передвижная 1 шт., сплит-система LG1 шт., жалюзи (пластик) 4 шт., кресло 9 шт., огнетушитель 1 шт.</p>
<p>Библиотека</p>	<p>№ 004</p>	<p>Каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы</p>
<p>Читальный зал библиотеки</p>	<p>№ 003</p>	<p>Рабочие места с ПК – для обучения работе с индексирующими поисковыми системами в Internet</p>
<p>Аудитория для хранения учебного оборудования</p>	<p>№ 111</p>	