

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.Б.15 «Теория отраслевых рынков»

(ОФО, ЗФО)

Направление подготовки

38.03.01 Направление Экономика

Профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

**Курс 2019**

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 ЭКОНОМИКА, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.11.2015г. № 1327.

Разработчик:

проректор по научной работе и инновациям Кликунов Николай Дмитриевич   
(занимаемая должность) (ФИО) (подпись)

к.э.н. Рашидова И.А.   
(занимаемая должность) (ФИО) (подпись)

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры экономики

Протокол № 1 от «30» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой: к.э.н., профессор МЭБИК 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 Б1Б.15 относится к дисциплинам профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика». Изучается после курсов «Микроэкономика», «Экономика фирмы», «Инвестиции и инвестиционные стратегии», «Страхование», «Теория вероятности».

Знания, полученные после изучения данной дисциплины необходимы для успешного прохождения практики и написания выпускной квалификационной работы.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины:

По завершению курса студент должен знать:

- виды игр;
- модели Курно, Бертрана, Штакельберга.

По результатам изучения дисциплины студент должен уметь:  
использовать выводы теории игр для определения оптимальной стратегии.

Владеть:

Навыками достижения конкурентных преимуществ.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить

### **обобщенную трудовую функцию:**

консультирование клиентов по составлению финансового плана и формированию целевого инвестиционного портфеля;

### **трудовую функцию:**

финансовое консультирование по широкому спектру финансовых услуг.

### **трудоу действия:**

- Консультирование контрагентов по вопросам, относящимся к компетенции деятельности.
- Нахождение оптимальной стратегии поведения на финансовых и иных рынках.
- Умение переигрывать конкурентов в условиях стратегического поведения.

**общефессиональную и профессиональные компетенции:****3.3. Компетенции****ОПК - Общефессиональные компетенции**

<b>Код</b>	<b>Наименование компетенции</b>
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

**ПК - Профессиональные компетенции**

<b>Код</b>	<b>Наименование компетенции</b>
ПК-1	способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
ПК-6	способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей
ПК-11	способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

##### Форма обучения Очная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		5
Контактная работа (всего)	54.4	54.4
В том числе:		
Лекционные занятия	18	18
Практические занятия	36	36
Контактная работа на аттестации	0.4	0.4
Самостоятельная работа	89.6	89.6
<b>ИТОГО:</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>з.е.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

##### Форма обучения Заочная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		6
Контактная работа (всего)	12.4	12.4
В том числе:		
Лекционные занятия	4	4
Практические занятия	8	8
Контактная работа при аттестации	0.4	0.4
Самостоятельная работа	128	128
Часы на контроль	3.6	3.6
<b>ИТОГО:</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>з.е.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Разделы/темы дисциплины и виды занятий

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	СРС	Всего
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Дуополия. Конкуренция по Берtrandу</b>	2,6	5,1	0	13	21
1.1	Стратегические взаимодействия на олигопольном рынке.	0,9	1,7	0	4	7
1.2	Модель Берtrandу для совершенных субститутов.	0,9	1,7	0	4	7
1.3	Модель Берtrandу для несовершенных субститутов.	0,9	1,7	0	4	7
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Конкуренция по Курно. Калибровка</b>	2,6	5,1	0	13	21
2.1	Модель Курно. Совершенная конкуренция и монополия как частные случаи модели Курно	0,9	1,7	0	4	7
2.2	Калибровка в модели Курно	0,9	1,7	0	4	7
2.3	Модель Курно для трех и большего количества фирм.	0,9	1,7	0	4	7
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Конкуренция по Штакельбергу. Вертикальные связи</b>	2,6	5,1	0	13	21
3.1	Модель Штакельберга.	0,9	1,7	0	4	7
3.2	Вертикальные связи как частный случай модели Штакельберга.	0,9	1,7	0	4	7
3.3	Способы решения проблем, порождаемых вертикальными связями.	0,9	1,7	0	4	7
<b>4</b>	<b>Раздел 4. Реклама. Комплектование</b>	2,6	5,1	0	13	21
4.1	Реклама. Влияние рекламы на спрос.	0,9	1,7	0	4	7
4.2	Эффективность рекламных кампаний.	0,9	1,7	0	4	7
4.3	Самоотбор. Чистое и смешанное комплектование.	0,9	1,7	0	4	7
<b>5</b>	<b>Раздел 5. Сговор. Оппортунистическое поведение</b>	2,6	5,1	0	13	21
5.1	Сговор как способ решения парадокса Берtrandу. Оппортунистическое поведение.	0,9	1,7	0	4	7
5.2	Склонность к нарушению картельного сговора в конкуренции по Берtrandу.	0,9	1,7	0	4	7
5.3	Условия поддержания эффективного сговора	0,9	1,7	0	4	7
<b>6</b>	<b>Раздел 6. Исследования и разработки. Сетевые эффекты</b>	2,6	5,1	0	13	21
6.1	Понятие сетевого эффекта. Виды сетевых эффектов.	0,9	1,7	0	4	7

6.2	Роль сетевых эффектов в информационных технологиях.	0,9	1,7	0	4	7
6.3	Радикальные и нерадикальные инновации. Модель выгод от вложения в нерадикальные инновации для ситуации монополии и олигополии	0,9	1,7	0	4	7
7	<b>Раздел 7. Монополистическая конкуренция. Фирма, доминирующая на рынке.</b>	2,6	5,1	0	13	21
7.1	Монополистическая конкуренция.	0,9	1,7	0	4	7
7.2	Поведение фирмы, доминирующей на рынке	0,9	1,7	0	4	7
7.3	Обобщение типичных проблем, связанных со стратегическим поведением на отраслевых рынках	0,9	1,7	0	4	7
	<b>Итого без контроля и контактной работы на промежуточной аттестации</b>	18	36	0	89,6	143,6
	Контроль	0				
	Контактная работа на промежуточной аттестации	0,4				
	<b>Итого</b>	18	36	0	90	144

### Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	СРС	Всего
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Дуополия. Конкуренция по Бертрану</b>	0,6	1,1	0,0	18,3	20,0
1.1	Стратегические взаимодействия на олигопольном рынке.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
1.2	Модель Бертрانا для совершенных субститутов.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
1.3	Модель Бертрانا для несовершенных субститутов.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Конкуренция по Курно. Калибровка</b>	0,6	1,1	0,0	18,3	20,0
2.1	Модель Курно. Совершенная конкуренция и монополия как частные случаи модели Курно	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
2.2	Калибровка в модели Курно	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
2.3	Модель Курно для трех и большего количества фирм.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Конкуренция по Штакельбергу. Вертикальные связи</b>	0,6	1,1	0,0	18,3	20,0
3.1	Модель Штакельберга.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
3.2	Вертикальные связи как частный случай модели Штакельберга.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7

3.3	Способы решения проблем, порождаемых вертикальными связями.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
4	<b>Раздел 4. Реклама. Комплектование</b>	0,6	1,1	0,0	18,3	20,0
4.1	Реклама. Влияние рекламы на спрос.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
4.2	Эффективность рекламных кампаний.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
4.3	Самоотбор. Чистое и смешанное комплектование.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
5	<b>Раздел 5. Сговор. Оппортунистическое поведение</b>	0,6	1,1	0,0	18,3	20,0
5.1	Сговор как способ решения парадокса Бертрана. Оппортунистическое поведение.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
5.2	Склонность к нарушению картельного сговора в конкуренции по Бертрану.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
5.3	Условия поддержания эффективно госговора	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
6	<b>Раздел 6. Исследования и разработки. Сетевые эффекты</b>	0,6	1,1	0,0	18,3	20,0
6.1	Понятие сетевого эффекта. Виды сетевых эффектов.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
6.2	Роль сетевых эффектов в информационных технологиях.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
6.3	Радикальные и нерадикальные инновации. Модель выгод от вложения в нерадикальные инновации для ситуации монополии и олигополии	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
7	<b>Раздел 7. Монополистическая конкуренция. Фирма, доминирующая на рынке.</b>	0,6	1,1	0,0	18,3	20,0
7.1	Монополистическая конкуренция.	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
7.2	Поведение фирмы, доминирующей на рынке	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
7.3	Обобщение типичных проблем, связанных со стратегическим поведением на отраслевых рынках	0,2	0,4	0,0	6,1	6,7
	<b>Итого без контроля и контактной работы на промежуточной аттестации</b>	4	8	0	128	140
	Контроль	0,4				
	Контактная работа на промежуточной аттестации	3,6				
	<b>Итого</b>	4	8	0	128	144

## 5.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	<b>Раздел 1. Дуополия. Конкуренция по Бертрону</b>	Стратегические взаимодействия на олигопольном рынке. Монополия и совершенная конкуренция как пограничные случаи рыночной организации. Дуополия. Модель Бертрона для совершенных субститутов. Лояльные потребители. Кривые реакции и достижение равновесия. Модель Бертрона для несовершенных субститутов.
2	<b>Раздел 2. Конкуренция по Курно. Калибровка</b>	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	<b>Раздел 3. Конкуренция по Штакельбергу. Вертикальные связи</b>	Модель Штакельберга. Взаимодействия лидера и последователя. Вертикальные связи как частный случай модели Штакельберга. Двойная маржинализации. Способы решения проблем, порождаемых вертикальными связями. Проблема определения типа стратегических взаимодействий на олигопольном рынке
4	<b>Раздел 4. Реклама. Комплектование</b>	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	<b>Раздел 5. Сговор. Оппортунистическое поведение</b>	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: нормадисконта
6.	<b>Раздел 6. Исследования и разработки. Сетевые эффекты</b>	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-

		<p>модели. Скорость распространения информации. Издержки перехода на новую технологию. Особенности спроса и максимизация прибыли при наличии сетевых эффектов в условиях конкуренции и монополии</p> <p>Аллокационная, производственная и динамическая эффективность монополии. Подход Йозефа Шумпетера</p> <p>Радикальные и нерадикальные инновации. Модель выгод от вложения в нерадикальные инновации для ситуации монополии и олигополии</p>
7	<b>Раздел 7. Монополистическая конкуренция. Фирма, доминирующая на рынке.</b>	<p>Монополистическая конкуренция. Формулировка проблемы.</p> <p>Поведение фирмы, доминирующей на рынке</p> <p>Обобщение типичных проблем, связанных со стратегическим поведением на отраслевых рынках</p>

#### 6. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины

Наименование раздела дисциплины	Формируемые компетенции			
<b>Раздел 1. Дуополия. Конкуренция по Бертрану</b>	ОПК-1	ПК-1	ПК-6	ПК-11
<b>Раздел 2. Конкуренция по Курно. Калибровка</b>	ОПК-1	ПК-1	ПК-6	ПК-11
<b>Раздел 3. Конкуренция по Штакельбергу. Вертикальные связи</b>	ОПК-1	ПК-1	ПК-6	ПК-11
<b>Раздел 4. Реклама. Комплектование</b>	ОПК-1	ПК-1	ПК-6	ПК-11
<b>Раздел 5. Сговор. Оппортунистическое поведение</b>	ОПК-1	ПК-1	ПК-6	ПК-11
<b>Раздел 6. Исследования и разработки. Сетевые эффекты</b>	ОПК-1	ПК-1	ПК-6	ПК-11
<b>Раздел 7. Монополистическая конкуренция. Фирма, доминирующая на рынке.</b>	ОПК-1	ПК-1	ПК-6	ПК-11

#### 7. Методические рекомендации преподавателям по дисциплине

При изучении курса используются различные образовательные технологии, такие как:

##### **Лекционно-практическая-зачетная система**

Данная система традиционно используется в высшей школе. Дает возможность сконцентрировать материал в блоки (разделы/темы) и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся во время текущей и промежуточной аттестации.

##### **Проблемное обучение**

Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности обучающихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности.

### **Разноуровневое обучение**

У преподавателя появляется возможность помогать «неуспевающему» студенту, при этом уделять внимание остальным обучающимся в группе, реализуется желание «сильных» учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. «Сильные» учащиеся утверждают в своих способностях, «слабые» получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.

### **Проектные методы обучения**

Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности обучающихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению.

### **Исследовательские методы в обучении**

Дают возможность обучающимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения и для определения индивидуальной траектории развития каждого менеджера.

### **Технология использования в обучении игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр**

Расширение кругозора, развитие познавательной деятельности, формирование определенных умений и навыков, компетенций, необходимых в практической деятельности.

### **Обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа)**

Сотрудничество трактуется как идея совместной развивающей деятельности обучающихся.

### **Информационно-коммуникационные технологии**

Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

## **8. Методические рекомендации для преподавателей для проведения текущего контроля успеваемости/промежуточной аттестации по дисциплине<sup>1</sup>**

Текущий контроль успеваемости в рамках дисциплины проводятся с целью определения степени освоения обучающимися образовательной программы.

Текущий контроль успеваемости обучающийся проводится по каждой теме учебной дисциплины и включает контроль знаний на аудиторных и внеаудиторных занятиях в ходе выполнения самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме сдачи **зачета с оценкой**.

Зачет с оценкой сдается согласно расписанию и служит формой проверки учебных достижений обучающихся по всей программе учебной дисциплины и преследуют цель оценить учебные достижения за академический период.

### **Вопросы к зачету с оценкой:**

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
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 дисциплине, в том числе для самостоятельной работы обучающихся**

**1. Работа над понятиями**

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

**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.

**3. Работа с источником информации:**

1. Познакомиться в целом с содержанием источника информации:
  - а) чтение аннотации источника;
  - б) чтение вступительной статьи;
  - в) просмотривание 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.

**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.

**10. Перечень информационных технологий**

<b>При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующее:</b>	
<b>Оборудование:</b>	Проектор; Интерактивная доска; Ноутбук; Экран на треноге; ПК; Колонки.

<b>Программное обеспечение и информационно справочные системы:</b>	ЭБС Znanium; Консультант плюс; WindowsXPProfessionalSP3; Windows 7; MicrosoftOffice 2007; MicrosoftOffice 2010; Антивирус DoctorWeb; 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. 2016. - 356 с. Свободный доступ

### б) дополнительная литература

Тема 1. Дуополия. Конкуренция по Бертрану.

**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**

**ВеррианХэлл 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

**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**

**Пиндайк Р., Рубинфельд Д.** Микроэкономика: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 808с – **Раздел 12.2 – Олигополия**

**ВеррианХэлл 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

**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**

**Пиндайк Р., Рубинфельд Д.** Микроэкономика: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 808с – **Раздел 12.3 – Преимущество первого хода – модель Штакельберга**

**ВеррианХэлл 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

**Кабраль Луис М.Б.** Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2003. - 356 с. **Глава 12. Реклама**

**Пиндайк Р., Рубинфельд Д.** Микроэкономика: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 808с – **Раздел 11.5 – Комплектование; Раздел 11.6 - Реклама**

**Вериян Хэлл 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

**Кабраль Луис М.Б.** Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2003. - 356 с. **Глава 8. Сговор**

**Вериян Хэлл 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

**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**

**Вериян Хэлл Р.** Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход.: Учебник для ВУЗов/ пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. - М.: ЮНИТИ, 1997 – **Глава 33 – Информационные технологии**

Тема 7. Монополистическая конкуренция. Поведение фирмы, доминирующей на рынке.

**Кабраль Луис М.Б.** Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2003. - 356 с. **Раздел 6.4. Монополистическая конкуренция.**

**Вериян Хэлл Р.** Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход.: Учебник для ВУЗов/ пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. - М.: ЮНИТИ, 1997 – **Глава 24 – Поведение монополии (Монополистическая конкуренция)**

Дополнительное чтение

**Nicholson Walter.** Microeconomic theory. Basic principles and extensions. – Thomson, Inc. 2005. - Chapter 13, 14, 15

**Жан Тироль.** Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. Пер. с англ. СПб.: Экономическая школа, 1996.

#### **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](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 Азамат Кашакбаев // <https://www.youtube.com/watch?v=zeMVZOXEqPM&list=PLgEpoT7yAI9WQLFbsrvGJ1T3xN3bqqwEK>

**12. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

<b>Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий</b>	<b>Перечень оборудования и технических средств обучения</b>
Лекционные аудитории №001, №002	Средства звуковоспроизведения с мультимедийными комплексами для презентаций, интерактивная доска
Кабинеты, оснащенные мультимедийным оборудованием №215, №309, №406	ПК, комплект мультимедиа, экран, техническое и программное обеспечение, подключение к Internet, интерактивная доска
Учебные кабинеты для практических занятий (семинаров) №200, №202, №206	Учебные рабочие места
Компьютерные классы №102, №107, №110, №207	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Компьютер Cel 3 ГГц, 512Мб, 120Гб, FDD,</li> <li>• Компьютер Intel Pentium Dual CPU 1,8 ГГц, 2048 Мб</li> <li>• Компьютер Intel Core i3 CPU 3,4 ГГц, 4 Гб</li> <li>• Компьютер Intel Core i5 CPU 3,2 ГГц, 4 Гб</li> <li>• Лицензионное программное обеспечение - WindowsXPProfessionalSP3, Windows 7</li> <li>• Microsoft Office 2007, 2010</li> <li>• 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях</li> <li>• Антивирус Doctor Web</li> <li>• КонсультантПлюс</li> <li>• Corel Draw Graphics Suite X4</li> <li>• Adobe Connect 9 (вебинар)</li> </ul>
Библиотека №004	Каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы
Читальный зал библиотеки №003	Рабочие места с ПК – для обучения работе с индексирующими поисковыми системами в Internet
Аудитория для хранения учебного оборудования №006	