

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце: **МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФИО: Силин Яков Петрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 10.07.2024 15:58:18

Уникальный программный ключ:

24f866be2aca16484036a8e9e5109053e4051

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена

на заседании кафедры

Утверждена

Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

13 декабря 2023 г.

протокол № 4

Председатель

Карх Д.А.

(подпись)

28.11.2023 г.

протокол № 4

Зав. кафедрой Курдюмов А.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Отраслевые товарные рынки и конкурентный анализ
Направление подготовки	38.04.01 Экономика
Профиль	Бизнес-экспертиза ценообразования, товарных рынков и закупок
Форма обучения	очно-заочная
Год набора	2024
Разработана:	
Профессор, д.э.н.	
Ялунина Е.Н.	

Екатеринбург
2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	7
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	8
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	18
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	18
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	18
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	19

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы магистратуры, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 939)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины "Отраслевые товарные рынки и конкурентный анализ" является формирование у обучающихся целостного представления о концептуальных подходах по анализу рынков и рыночных структур для обоснования конкурентных стратегий компаний и оценки их результативности на региональном, национальном, международном и глобальном уровнях с учетом динамики конкурентной среды и мер государственного регулирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 1						
Зачет	144	16	8	8	128	4
Семестр 2						
Экзамен, Курсовая работа	144	20	8	12	97	4
	288	36	16	20	225	8

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
аналитический	

<p>ПК-2 Организация и руководство деятельностью по мониторингу ценовой политики организации, стратегии формирования цен на товары, работы, услуги, оценка их эффективности</p>	<p>ИД-1.ПК-2 Знать: Экономическая теория; Основы менеджмента и управления проектами; Маркетинг; Методология ценообразования; Стратегический менеджмент; Основы бизнес-планирования и построения систем управления; Методы и технологии автоматизации рабочих процессов, анализа эффективности использования и модернизации информационных технологий; Принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; Экономическая и информационная безопасность; Порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; Стандарты и инструкции в области профессиональной деятельности; Правила пожарной безопасности; Требования охраны труда</p>
	<p>ИД-2.ПК-2 Уметь: Использовать вычислительную, копировальную и иную вспомогательную технику, и различные виды телекоммуникационной связи; Извлекать из первично обработанных данных информацию, необходимую для принятия управленческих решений; Осуществлять бизнес-планирование и разрабатывать краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные планы на основе информационных интеллектуальных технологий, автоматизирующих процессы управления; Планировать потребность в ресурсах и мощностях; Осуществлять постановку целей и задач с использованием эффективных инструментов менеджмента; Применять методики стратегического анализа и технологии информационного анализа с использованием информационных систем; Использовать технологии мониторинга и эффективности реализации стратегии; Осуществлять мероприятия, направленные на модернизацию стратегии; Разрабатывать методики и алгоритмы; Применять технологии мониторинга и диагностики эффективности автоматизации деятельности; Определять потребности в автоматизации и информационном обеспечении деятельности; Формировать функциональные задания на разработку информационных систем и баз данных; Осуществлять управление проектами по внедрению информационных технологий; Формировать итоговые документы, в том числе регламентирующие ценовую политику; Архивировать полученные данные и документы; Организовывать работу подчиненных и контролировать ее выполнение; Формировать и совершенствовать систему мотивации и оценки персонала; Определять и рассчитывать показатели эффективности и результативности деятельности; Разрабатывать и внедрять рекомендации, направленные на улучшение деятельности подразделения</p>

<p>ПК-2 Организация и руководство деятельностью по мониторингу ценовой политики организации, стратегии формирования цен на товары, работы, услуги, оценка их эффективности</p>	<p>ИД-3.ПК-2 Владеть навыками (трудовые действия): Исследование потребности использования баз данных с ценовыми показателями товаров, работ, услуг; Разработка и совершенствование методик и алгоритмов, определяющих логику функционирования информационно-аналитических систем и баз данных; Исследование макроэкономических и микроэкономических факторов ценовой политики организации; Исследование внутренних факторов политики ценообразования; Исследование и мониторинг ценовой политики организации; Разработка стратегии формирования цен на товары, работы, услуги; Оценка эффективности и модернизация стратегии формирования цен на товары, работы, услуги; Определение потребности в ресурсах, обеспечивающих деятельность подразделения; Формирование регламентов деятельности подразделения; Проведение анализа деятельности подразделения; Разработка системы мотивации и оценки результатов деятельности специалистов подразделения; Координация и контроль выполнения работ в подразделении; Оценка эффективности деятельности подразделения; Подготовка и реализация предложений по оптимизации деятельности подразделения; Постановка задач специалистам более низкого уровня квалификации и контроль исполнения ими поручений в соответствии с компетенцией, предусмотренной трудовым договором (должностной инструкцией); Мониторинг и диагностика функционирования информационно-аналитических систем и баз данных; Формирование функциональных заданий, необходимых для проектирования и модернизации информационно-аналитических систем и баз данных; Внедрение информационно-аналитических систем и баз данных; Организация деятельности специалистов; Формирование итоговых документов; Хранение и архивирование полученных данных, информации, документов</p>
<p>ПК-3 Осуществление и документальное оформление результатов консалтинговой деятельности по вопросам ценообразования, ценовой политики</p>	<p>ИД-1.ПК-3 Знать: Основы менеджмента и управления проектами; Основы консалтинговой деятельности</p> <p>ИД-2.ПК-3 Уметь: Анализировать и обобщать информацию; Применять актуальные методы ценообразования и информационные интеллектуальные технологии в консультировании по вопросам формирования цен на товары, работы, услуги; Формулировать результаты по итогам консультирования</p>

<p>ПК-3 Осуществление и документальное оформление результатов консалтинговой деятельности по вопросам ценообразования, ценовой политики</p>	<p>ИД-3.ПК-3 Владеть навыками (трудовые действия): Консультирование по вопросам организации процесса ценообразования; Консультирование по вопросам формирования ценовой политики; Консультирование по применению различных методов ценообразования; Консультирование по анализу факторов ценообразования; Консультирование по совершенствованию деятельности подразделения по ценообразованию; Консультирование по внедрению информационных интеллектуальных систем и баз данных; Консультирование по вопросам демпинга и ценового сговора; Оформление результатов по итогам консультирования; Хранение и архивирование полученных данных, информации, документов</p>
<p>ПК-4 Организация и осуществление экспертной деятельности в сфере ценообразования, в целях недопущения существенного занижения цен и ценового сговора</p>	<p>ИД-1.ПК-4 Знать: Требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих прогнозирование и экспертизу цен; Нормы отраслевого российского законодательства, в частности гражданского, бюджетного, налогового, административного, административно-процессуального, трудового; Экономическая теория; Основы бизнес-планирования и построения систем управления; Маркетинг; Методология ценообразования; Стратегический менеджмент; Методы и технологии автоматизации рабочих процессов, анализа эффективности использования и модернизации информационных технологий; Управление информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; Экономическая и информационная безопасность; Порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; Стандарты и инструкции в области профессиональной деятельности; Правила пожарной безопасности; Требования охраны труда</p> <p>ИД-2.ПК-4 Уметь: Использовать вычислительную, копировальную и иную вспомогательную технику, и различные виды телекоммуникационной связи; Анализировать и обобщать информацию; Производить проверку документов, обосновывающих цены на товары, работы, услуги; Применять актуальные методы ценообразования и информационные интеллектуальные технологии в консультировании по вопросам формирования цен на товары, работы, услуги; Сравнить цены на аналогичные товары, работы, услуги; Осуществлять факторный анализ и планирование себестоимости; Осуществлять аудит изменений при формировании диапазона цен на товары, работы, услуги; Осуществлять реорганизацию деятельности; Определять эффективность использования информационных технологий для автоматизации процессов формирования и прогнозирования цен на товары, работы, услуги; Анализировать демпинг и ценовой сговор при формировании диапазона цен на товары, работы, услуги, используя для этого информационно-интеллектуальные технологии; Формировать запросы в соответствующие структуры, регулирующие вопросы демпинга и ценового сговора; Организовывать работу подчиненных и контролировать ее выполнение; Формулировать результаты по итогам консультирования; Формировать экспертные заключения; Архивировать полученные данные и документы</p>

<p>ПК-4 Организация и осуществление экспертной деятельности в сфере ценообразования, в целях недопущения существенного занижения цен и ценового сговора</p>	<p>ИД-3.ПК-4 Владеть навыками (трудовые действия): Обучение специалистов формированию, прогнозированию и экспертизе цен; Информирование об актуальных источниках данных по ценовым показателям; Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги; Исследование формирования нижней границы цены товара, работы, услуги; Сравнение цен аналогов для выявления существенно заниженных цен; Выявление факторов, указывающих на демпинг; Исследование признаков ценового сговора; Исследование факторов завышения цен; Расследование ценового сговора; Формирование итоговых документов, регулирующих вопросы демпинга и ценового сговора; Обращение в структуры, регулирующие вопросы ценового сговора; Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям; Составление калькуляции себестоимости товаров, работ, услуг; Проверка норм, используемых для экспертизы ценообразования, для выявления устаревших; Расчет эффективности замены сырья, материалов, включенных в калькуляцию; Доведение плановой себестоимости до подразделений организации; Оформление экспертного заключения и рекомендаций по внесению дополнений в расчет плановой себестоимости; Хранение и архивирование полученных данных, информации, документов</p>
---	--

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 1		144					
Тема 1.	Предмет и методология теории отраслевых рынков. Теории фирмы. Структура отраслевого рынка (ПК-2)	47	8		1	38	
Тема 2.	Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Барьеры входа-выхода фирм на отраслевой рынок (ПК-2), (ПК-3),(ПК-4)	31			1	30	
Тема 3.	Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков. Информация как фактор воздействия на рыночную активность (ПК-2), (ПК-3),(ПК-4)	33			3	30	
Тема 4.	Поведение доминирующей фирмы на рынке. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке (ПК-2), (ПК-3), (ПК-4)	33			3	30	
Семестр 2		117					
Тема 5.	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках (ПК-3),(ПК-4)	37	8		2	27	
Тема 6.	Дискриминационное ценообразование на отраслевых рынках (ПК-2), (ПК-3),(ПК-4)	20			2	18	
Тема 7.	Результативность функционирования отраслевых рынков.	28			4	24	

Тема 8.	Антимонопольная политика государства (ПК-3), (ПК-4)	32		4	28	
---------	---	----	--	---	----	--

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1-3	Коллоквиум	72 темы для проведения коллоквиума	15
Тема 2	Тест	5 вариантов по 20 вопросов	20
Тема 4,8	Кейс	4 кейса, включающего 2 задачи	20
Тема 5	Практическое задание	9 тем для выполнения практического задания	30
Промежуточная аттестация (Приложение 5)			
2 семестр (Эк)	Экзаменационный билет	20 билетов, которые включают 2 теоретических вопроса и 1 практическое задание	50-100%
2 семестр (КР)	Курсовая работа	Перечень курсовых работ (Приложение 3), Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине (Приложение 7)	50-100%
1 семестр (За)	Вопросы к зачету	16 вопросов к зачету	50-100%

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Предмет и методология теории отраслевых рынков. Теории фирмы. Структура отраслевого рынка (ПК-2)

Предмет и методология теории отраслевых рынков. Теории фирмы. Структура отраслевого рынка.

Тема 5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках (ПК-3),(ПК-4)

1. Вертикальная интеграция: причины в странах с развитой рыночной экономикой, в странах с переходной экономикой, в развивающихся странах Эффективность вертикальной интеграции. Модели «двойной надбавки», транзакционных издержек, неопределенности, сокрытия налогов, внешних эффектов.

2. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти. Действие уравнивающей силы и потребительские цены. Двусторонняя олигополия. Перераспределение выгод.

3. Вертикальные ограничения: законодательный и экономический аспекты. Контроль уровня розничных цен в теории и на практике. Ограничительный франчайзинг.

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Предмет и методология теории отраслевых рынков. Теории фирмы. Структура отраслевого рынка (ПК-2)

Установка на контрольную работу.

Тема 2. Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Барьеры входа-выхода фирм на отраслевой рынок (ПК-2), (ПК-3),(ПК-4)

Вопросы для обсуждения:

1. Конкуренция и эффективность рынков.

2. Монополия: причины существования. Оценка потерь от монопольных эффектов.

3. Многозаводской монополист.

4. Ценовая дискриминация: мотивы эффективного осуществления.

5. Монополия и конкуренция общественного благосостояния.

Тема 3. Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков. Информация как фактор воздействия на рыночную активность (ПК-2), (ПК-3),(ПК-4)

Вопросы для обсуждения:

1. Конкуренция и эффективность рынков.

2. Монополия: причины существования. Оценка потерь от монопольных эффектов.

3. Многозаводской монополист.

4. Ценовая дискриминация: мотивы эффективного осуществления.

5. Монополия и конкуренция общественного благосостояния.

Тема 4. Поведение доминирующей фирмы на рынке. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке (ПК-2), (ПК-3), (ПК-4)

Вопросы для обсуждения:

1. Доминирующая фирма: критерии, причины.
2. Модель рынка доминирующей фирмы и фирм-аутсайдеров при сопоставимости их предельных издержек.
3. Модель доминирующей фирмы с барьерами входа. Доминирующая фирма и свободный вход.
4. Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. «Самоубийственное» ценообразование.
5. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой. Дифференциация товара как фактор стратегического поведения доминирующей фирмы. Модель Ланкастера.
6. Эффективность доминирующей фирмы: потери общества в условиях монополии и доминирующей фирмы.
7. Олигопольный рынок: предпосылки. Классификация моделей олигополии.
8. Парадокс Бертрана. Предпосылки модели Бертрана и последствия отказа от них. Повторяющиеся взаимодействия и «народная теорема».
9. Дифференциация продукта и ценовая конкуренция. Выбор цен в условиях ограниченных мощностей, модель Бертрана-Эджворта. Взаимосвязь между моделями Бертрана и Курно.
10. Сговор. Повторяющиеся взаимодействия и стабильность сговора. Сговор и ценовые войны. Факторы, влияющие на стимулы к сговору.
11. Проблема выявления нарушений соглашений Антимонопольная политика в отношении явного и молчаливого сговора.

Тема 5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках (ПК-3), (ПК-4)

Вопросы для обсуждения:

1. Уровень концентрации покупателей. Двухсторонняя монополия. Власть продавца и власть покупателя: формы проявления. Власть покупателя: воздействие на параметры рыночного равновесия.
2. Вертикальная интеграция: причины в странах с развитой рыночной экономикой, в странах с переходной экономикой, в развивающихся странах Эффективность вертикальной интеграции.
3. Вертикальная интеграция как источник монопольной власти. Действие уравнивающей силы и потребительские цены. Двухсторонняя олигополия. Перераспределение выгод. Вертикальные ограничения: законодательный и экономический аспекты. Контроль уровня розничных цен в теории и на практике. Ограничительный франчайзинг.
4. Особенности вертикальных отношений в России.

Тема 6. Дискриминационное ценообразование на отраслевых рынках (ПК-2), (ПК-3), (ПК-4)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие ценовой дискриминации и ее характеристика.
2. Стратегия ценовой дискриминации.
3. Мотивы и условия эффективного использования фирмами ценовой дискриминации.
4. Типы ценовой дискриминации. последствия политики дискриминационного ценообразования.
5. Расчет показателей типов ценовой дискриминации.

Тема 7. Результативность функционирования отраслевых рынков.

Вопросы для обсуждения:

1. Как вы понимаете результативность функционирования отраслевого рынка?
2. Какие существуют трактовки результативности функционирования отраслевого рынка?
3. В чем суть многоуровневого подхода к оценке эффективности отраслевого рынка?
4. Почему экономический рост можно назвать проявлением результативности функционирования отраслевых рынков?
5. Как вы понимаете выражение «локомотивные» отраслевые рынки?
6. В чем суть результативности индустриальной политики государства?
7. Какие меры целесообразно осуществлять на состоятельных рынках в рамках индустриальной политики?
8. Охарактеризуйте взаимосвязь структуры рынка, поведения фирм на рынке и результативности.
9. Как можно измерить результативность деятельности фирмы?
10. Охарактеризуйте результативность сетевых структур и кластеров.

Тема 8. Антимонопольная политика государства (ПК-3), (ПК-4)

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность антимонопольного регулирования.
2. Основные направления деятельности антимонопольной политики РФ.

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Предмет и методология теории отраслевых рынков. Теории фирмы. Структура отраслевого рынка (ПК-2)

Вопросы для самоконтроля:

1. В чем состоит разница между Гарвадской и Чикагской парадигмой?
2. В чем отличия в методологии исследования в микроэкономике и а теории (экономике) отраслевых рынков?
3. Какие факторы определяют географические границы рынка?
4. Что означает определение продуктовых границ рынка?
5. Каковы причины появления теории отраслевых рынков?
6. Как объяснить существование в экономической литературе многочисленных показателей концентрации и рыночной власти?
7. Каковы мотивы фирм к вертикальной интеграции?
8. Каковы условия возникновения естественной монополии?
9. С помощью каких инструментов регулируется естественная монополия?
10. Какими способами фирма-монополист максимизирует прибыль?
11. Каковы последствия монопольной власти на отраслевом рынке?
12. Что представляет собой X-эффективность и X-неэффективность?
13. Что представляет собой ценовая дискриминация?
14. Приведите примеры компаний- отраслевых лидеров.
15. В чем состоят особенности поведения фирм в модели Штакельберга?
16. Каковы основные характеристики модели доминирующей фирмы Форхаймера?
17. На чем основывается принятие фирмой-лидером решения о создании барьеров входа в отрасль?
18. Дифференциация продукта ослабляет или усиливает ценовую конкуренцию?
19. Какие виды рекламы используются сегодня наиболее широко и чем это объясняется?
20. Как измеряется продуктовая дифференциация?
21. На каком из рынков выше интенсивность рекламы: на фармацевтическом, цементном, косметическом, на рынке закусочных быстрого питания и малолитражных автомобилей? Почему?
22. Почему в отношении ценовой дискриминации антимонопольные органы предпочитают практику запретов правилу разумности?
23. Чем объясняется использование фирмами практика ценовой дискриминации?
24. Каковы последствия ценовой дискриминации?
25. Почему фирмы используют разные виды ценовой дискриминации?
26. Что такое чрезмерная инертность и чрезмерная импульсивность?
27. Приведите примеры положительного и отрицательного сетевого эффекта.
28. В чем разница между сетевой экономикой и экономикой сетей?
29. Каковы преимущества крупных и мелких фирм в области НИОКР?
30. Приведите примеры сетевых продуктов.
31. Каковы цели промышленной политики?
32. В чем разница промышленной политики в отношении состоятельных и несостоятельных рынков?
33. Как можно оценить результативность индустриальной политики государства?
34. Какие аргументы можно привести в пользу осуществления государственной индустриальной политики?

Тема 2. Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Барьеры входа-выхода фирм на отраслевой рынок (ПК-2), (ПК-3),(ПК-4)

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков.
2. Развитие представлений о конкуренции и ее роли.
3. Квазиконкурентные рынки. Квазимонопольные рынки.
4. Эффективность конкурентных рынков.
5. Работающая конкуренция. Критерии работающей конкуренции. Классификация критериев работающей конкуренции: структурные, поведенческие, функциональные.
6. Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков. Потери общества от монопольной власти. Показатели монопольной власти. Коэффициент Бейна. Индекс Лернера. Коэффициент Тобина. Индекс Папандреу. Сравнительная эффективность производства в условиях свободной конкуренции и монополии. Формы проявления монополизма в российской экономике.
7. Асимметричная информация. Виды асимметрии информации на рынке. Модель Акерлофа. Несовершенство информации о ценах. Асимметрия информации на рынке кредитов. Причины несовершенства информационной базы общества и фирмы. Способы устранения и способы усиления асимметрии ценовой информации. Проблема негативного отбора и недобросовестного поведения фирмы на рынке. Решение проблемы негативного отбора: сигналы о качестве товаров.

Тема 3. Конкуренция и монополия в развитии отраслевых рынков. Информация как фактор воздействия на рыночную активность (ПК-2), (ПК-3),(ПК-4)

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Проблема конкуренции в теории отраслевых рынков. Развитие представлений о конкуренции и ее роли. Квазиконкурентные рынки. Квазимонопольные рынки. Эффективность конкурентных рынков. Работающая конкуренция. Критерии работающей конкуренции. Классификация критериев работающей конкуренции: структурные, поведенческие, функциональные.
2. Проблема монополизма в организации и регулировании отраслевых рынков. Потери общества от монопольной власти. Показатели монопольной власти. Коэффициент Бейна. Индекс Лернера. Коэффициент Тобина. Индекс Папандреу. Сравнительная эффективность производства в условиях свободной конкуренции и монополии. Формы проявления монополизма в российской экономике.
3. Асимметричная информация. Виды асимметрии информации на рынке. Модель Акерлофа. Несовершенство информации о ценах. Асимметрия информации на рынке кредитов. Причины несовершенства информационной базы общества и фирмы. Способы устранения и способы усиления асимметрии ценовой информации. Проблема негативного отбора и недобросовестного поведения фирмы на рынке. Решение проблемы негативного отбора: сигналы о качестве товаров.

Тема 4. Поведение доминирующей фирмы на рынке. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке (ПК-2), (ПК-3), (ПК-4)

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Определение доминирующей фирмы на рынке. Причины возникновения доминирующей фирмы.
2. Модель рынка доминирующей фирмы и фирм-аутсайдеров при сопоставимости их предельных издержек. Модель ценового лидерства. Условия возникновения "ценового зонтика". Модель доминирующей фирмы с барьерами входа. Доминирующая фирма и свободный вход. Сопоставление эффективности и потерь благосостояния рынков монополии и доминирующей фирмы.
3. Лимитирующее ценообразование в условиях недальновидной и дальновидной стратегий доминирующей фирмы. Модель "самоубийственного" ценообразования.
4. Неценовое поведение в условиях рынка с доминирующей фирмой. Дифференциация товара как фактор стратегического поведения доминирующей фирмы. Эффективность и неэффективность доминирования. Доминирующая фирма в российской экономике.
Классические модели олигополии. Классификация некооперативных стратегий поведения. Парадокс Бертрана. Модель Бертрана с дифференцированным продуктом. Модели Эджворта, Курно, Штакельберга. Лидерство по Штакельбергу, как источник информации о рынке. Кооперативные модели поведения олигополистов.
5. Понятие картельного соглашения. Причины возникновения картелей. Стимулы к нарушению картельного соглашения. Факторы, облегчающие сохранение картеля. Методы, предотвращающие нарушение картельного соглашения и социальные издержки картелизации.

Тема 5. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения на отраслевых рынках (ПК-3),(ПК-4)

Вопросы для самоконтроля:

1. Вертикальная интеграция первого типа (интеграция ресурсов). Вертикальная интеграция второго типа (интеграция конечного продукта).
2. Диверсификация деятельности фирмы. Дифференциация продукта. Характеристики спроса.
3. Иностранная конкуренция. Стратегические барьеры входа.
4. Ценообразование, ограничивающее вход.
5. Неценовые стратегии создания барьеров входа.
6. Причины рыночной власти доминирующей фирмы: наличие преимуществ в издержках; возможность выпуска более качественной продукции; реклама, репутация, приверженность марке как причины доминирования; доминирование как результат картельного соглашения небольших фирм.
7. Поведение фирм из конкурентного окружения.
8. Анализ модели рынка с доминирующей фирмой и определение характеристик цены, назначаемой лидером.
9. Причины неполноты информации. Асимметричная информация.
10. Рынок дифференцированного продукта.
11. Долгосрочное равновесие на рынке дифференцированного продукта и избыточная производственная мощность.
12. Измерение дифференциации.
13. Горизонтальная и вертикальная дифференциация товара.
14. Реклама на рынке дифференцированного продукта. Желательная и нежелательная реклама. Реклама и разброс цен.
15. Реклама и дифференциация имиджа товаров.
16. Реклама и новые товары. Реклама и барьеры входа на рынок.
17. Теория оптимального уровня продуктового разнообразия.
18. Структура рынка и срок службы товара.
19. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения как форма взаимоотношений между продавцами с целью ограничения конкуренции.
20. Внешние эффекты в отношениях между производителями и посредниками как причина стремления фирм вертикально интегрироваться.
21. Проблема двойного ценообразования.
22. Риск безответственности и морального ущерба.
23. Вертикальная интеграция как форма контроля над собственностью.
24. Виды вертикальной интеграции.
25. Издержки вертикальной интеграции. Стимулы к вертикальной интеграции

Тема 6. Дискриминационное ценообразование на отраслевых рынках (ПК-2), (ПК-3),(ПК-4)

Вопросы для самоконтроля.

1. Понятие ценовой дискриминации.
2. Может ли ценовая дискриминация повысить благосостояние общества?
3. Какой цели фирмы служит ценовая дискриминация?
4. Типы ценовой дискриминации.

Тема 7. Результативность функционирования отраслевых рынков.

Вопросы для самоконтроля:

1. Подходы к исследованию результативности отраслевых рынков;
2. Влияние результативности рынков на экономический рост;
3. Определение результативности индустриальной политики;
4. Характеристика показателей результативности деятельности фирм в национальной экономике.

Тема 8. Антимонопольная политика государства (ПК-3), (ПК-4)

Вопросы для самоконтроля:

1. Естественная монополия;
2. Государственное регулирование естественных монополий;
3. Антимонопольная политика государства и ее цели.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Приложение 3

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Размещается курсовая работа

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Приложение 7

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Розанова Н. М. Теория отраслевых рынков в 2 ч. Часть 1. [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 345 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451579>
2. Розанова Н. М. Теория отраслевых рынков в 2 ч. Часть 2. [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 314 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451580>
3. Заздравных А. В., Бойцова Е. Ю. Теория отраслевых рынков. [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 288 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450919>

Дополнительная литература:

1. Соловьева Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг. [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям. - Москва: Юрайт, 2019. - 131 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/433255>
2. Пахомова Н. В., Рихтер К. К. Экономика отраслевых рынков: университетский учебник. - Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2019. - 638
3. Николаева М. А., Рязанова О. А., Клещевский Ю. Н., Худякова О. Д., Худяков М. С. Рынок продовольственных товаров: состояние и перспективы развития: монография. - Москва: РУСАЙНС, 2020. - 223, [1]

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии -Без ограничения срока.

Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии -Без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2024

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету / экзамену

К зачету:

1. Многообразие подходов к типологизации рынков. Содержание и сравнительные достоинства. Специфика анализа в рамках экономики отраслевых рынков
2. Базовая парадигма экономики отраслевых рынков и ее развитие. Специфика современного этапа и теоретико-прикладное значение данного научного направления
3. Типология рынков по Шеферду и ориентиры для конкурентной политики
4. Концепция жизненного цикла отрасли. Растущие и «затухающие» отраслевые рынки. Специфика стратегий бизнеса, учет в проектном задании. Переход к 4-й промышленной революции и новые сегменты глобальной экономики
5. Многообразие подходов к типологизации рынков. От рынков промежуточных благ к рынкам доверительных благ: акценты в стратегиях бизнеса. Учет в проектном задании
6. Базовые параметры отраслевого анализа. Индексы перекрестной эластичности спроса. Определение продуктовых и географических границ рынка и отбор ключевых конкурентов
7. Базовые индексы концентрации, их практическое применение, значение для оценки интенсивности конкуренции. Взаимосвязь между индексами концентрации
8. Индекс Лернера как мера монопольной власти. Индекс Лернера, ценовая эластичность спроса и мера монопольной власти
9. Детерминанты рыночной концентрации. Барьеры входа на рынок и выхода. Понятие погруженных издержек
10. Классификация входных барьеров по Бейну и Шеферду, их использование в проектном задании. Вступление России в ВТО и перспективы ослабления рыночных барьеров.
11. Эндогенные (внутренние) барьеры и стратегии предотвращения входа. Модель лимитного ценообразования, условия, графическая иллюстрация, интерпретация
12. Модернизированная модель пяти конкурентных сил Портера: базовые параметры, область практического применения, сильные и слабые стороны
13. Характер соперничества между действующими на отраслевом рынке конкурентами в модели Портера: оценка преобладающего типа конкуренции и выбор рыночной стратегии
14. Рост отрасли, интенсивность затрат «по собственному усмотрению» (включая НИОКР) и динамика уровня концентрации: метод классификации отраслевых сегментов по Саттону
15. Фирма как главное действующее лицо отраслевого рынка. Эффект масштаба, сетевой эффект и границы фирмы. Субаддитивность и понятие естественной монополии
16. Анализ фирмы с неоклассических позиций: краткая характеристика сильных и слабых сторон.

К экзамену:

1. Модернизация неоклассического подхода к фирме и развитие представлений о ее целевых ориентирах: менеджерский и поведенческий подходы, теория стейкхолдер компании
 2. Стратегическое позиционирование фирмы в конкурентной среде. Специфика и этапы стратегического анализа. Роль отраслевого рыночного анализа в стратегическом менеджменте.
 3. Горизонтальная интеграция как стратегия бизнеса: мотивы и последствия, анализ эффектов благосостояния.
 4. Концепция интеграционной синергии и законодательное регулирование горизонтальных слияний
 5. Вертикальная интеграция как стратегия бизнеса и ее основные разновидности. Неоклассическая интерпретация мотивов вертикальной интеграции.
 6. Модель двойной маргинализации и ее интерпретация.
 7. Постчикагское направление о формах и мотивах вертикальной интеграции бизнеса
 8. Диверсификация как стратегия бизнеса: суть, мотивы, современные тенденции, последствия.
- Конгломеративная интеграция и оценка ее эффективности
9. Трансформация рынков, новые формы конкуренции и развитие мягких (организационных) форм интеграции (франчайзинг, сетевые структуры, кластеризация, др.).
 10. Глобальный индекс конкурентоспособности GCR-2017-18 и его несущие опоры. Проблемные области для России
 11. Индекс Doing business и позиция в нем России.
 12. Совокупность индикаторов результативности фирмы, используемых в отраслевом рыночном анализе. Современные акценты. Бенчмаркинг
 13. Коэффициенты Бейна и Гобина, сравнительные достоинства, воздействующие факторы, применение в отраслевом рыночном анализе.
 14. Конкурентоспособность фирмы: понятие, ценовые и структурные факторы.
 15. Ресурсная концепция конкурентоспособности: концепция отличительных характеристик и ключевых компетенций
 16. Новые формы конкуренции и параметры конкурентоспособности
 17. Рыночные структуры и конкурентная политика государства: теоретическое обоснование. Соотношение эффективности конкурентной модели рынка и монополии
 18. Конкурентная политика государства, понятие, нормативно-правовое сопровождение. 4-й пакет изменений в ФЗ о защите конкуренции
 19. Базовые параметры конкурентного анализа. Порядок и основные этапы проведения анализа и оценки состояния конкуренции на товарном рынке (файл - методика).
 20. Рекомендации по проведению конкурентного анализа ФАС. Методика проведения конкурентного анализа в ЕАЭС, базовые параметры, применение в проектном задании
 21. Политика регулирования монополистической деятельности и поддержки конкуренции в России. Контроль за экономической концентрацией на товарных рынках.
 22. Картельные сговоры: политика и практика их регулирования. Новое в законодательстве РФ
 23. Сделки слияний и поглощений (M&A). Специфика регулирования; волнообразный характер, современны

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к экзамену

Практических заданий к зачету не предусмотрено.

Примерные практические задания открытого типа к экзамену

Задание 1-5 (ПК-2)

Задание 6-10 (ПК-3)

Задание 11-15 (ПК-4)

Задание 1. Расчет конечной цены (Ц) классическим методом производится по формуле?

Задание 2. Организация работает условиях совершенной конкуренции на отраслевом рынке. Текущая рыночная цена единицы произведенной продукции составляет 300 рублей. Функция совокупных издержек организации имеет вид $TC=100+500Q-50Q^2$. Максимальный годовой объем производства составляет $Q=10000$ шт. Определите совокупный доход (TR).

Задание 3. В прошлом году технологическая трудоемкость продукции составляла 3500 тыс. чел.-часов, фонд рабочего времени – 220 дней по 8 часов. Нормы в среднем выполнялись на 120%. Численность вспомогательных рабочих в основных цехах составляла 15% численности основных работников. Во вспомогательных цехах работало 50% от числа рабочих основных цехов. Работники составляли 70% численности всего промышленно-производственного персонала. В плановом периоде предусматривается в результате осуществления организационных мероприятий снизить трудоемкость на 6%. Определить плановую технологическую трудоемкость.

Задание 4. В прошлом году технологическая трудоемкость продукции составляла 3500 тыс. чел.-часов, фонд рабочего времени – 220 дней по 8 часов. Нормы в среднем выполнялись на 120%. Численность вспомогательных рабочих в основных цехах составляла 15% численности основных работников. Во вспомогательных цехах работало 50% от числа рабочих основных цехов. Работники составляли 70% численности всего промышленно-производственного персонала. В плановом периоде предусматривается в результате осуществления организационных мероприятий снизить трудоемкость на 6%. Плановая технологическая трудоемкость составляет 3290 тыс.чел.-часов. Определить численность основных рабочих основных цехов.

Задание 5. В прошлом году технологическая трудоемкость продукции составляла 3500 тыс. чел.-часов, фонд рабочего времени – 220 дней по 8 часов. Нормы в среднем выполнялись на 120%. Численность вспомогательных рабочих в основных цехах составляла 15% численности основных работников. Во вспомогательных цехах работало 50% от числа рабочих основных цехов. Работники составляли 70% численности всего промышленно-производственного персонала. В плановом периоде предусматривается в результате осуществления организационных мероприятий снизить трудоемкость на 6%. Плановая технологическая трудоемкость составляет 3290 тыс.чел.-часов. Численность основных рабочих основных цехов -1558 чел. Определить численность вспомогательных рабочих в основных цехах и общую численность рабочих основных цехов.

Задание 6. Исходные данные:

- *полная себестоимость изделия — 40 руб.;
- * уровень рентабельности затрат — 20%;
- * налог на добавленную стоимость — 6 руб.;
- *наценка посреднических организаций — 5 руб.;
- *торговая надбавка —15 % к отпускной цене посредников.

Определите: оптовую цену предприятия.

Задание 7. Исходные данные:

- *полная себестоимость изделия - 40 руб.;
- * уровень рентабельности затрат -20%;
- * налог на добавленную стоимость - 6 руб.;
- *наценка посреднических организаций -5 руб.;
- *торговая надбавка -15 % к отпускной цене посредников
- *оптовая цена предприятия- 48 рублей

Определите: розничную цену

Задание 8. Исходные данные:

- *полная себестоимость изделия - 40 руб.;
- * уровень рентабельности затрат -20%;
- * налог на добавленную стоимость - 6 руб.;
- *наценка посреднических организаций -5 руб.;
- *торговая надбавка -15 % к отпускной цене посредников;
- *оптовая цена предприятия- 48 рублей;
- * розничная цена предприятия- 67,85 рублей.

Определите: структуру розничной цены.

Задание 9.

Исходные данные:

Розничное торговое предприятие получило от поставщиков 3 вида детского питания («д.п.»). При формировании цен организация допустила несколько ошибок, в результате были превышены предельные розничные цены. На детское питание установлен предельный размер торговой надбавке к цене предприятия производителя –50 %.

№ «д.п»	Кол-во реализовано предприятиями	Оптовая цена предприятия производителя	Цена закуп (руб.)	Розничная цена (руб.)	Предельная розничная цена

	ем «д.п.»	водит еля (руб.)			
1	1520	14,55	14,55	28	?
2	500	82,13	88	123	?
3	243	44,15	46,5	69	?

Определите правильную предельную розничную цену.

Задание 10. Исходные данные:

Розничное торговое предприятие получило от поставщиков 3 вида детского питания («д.п.»). При формировании цен организация допустила несколько ошибок, в результате были превышены предельные розничные цены. На детское питание установлен предельный размер торговой надбавке к цене предприятия производителя –50 %.

№ «д. п»	Кол-в о реали зуемо е предп рияти ем «д.п.»	Оптов ая цена предп рияти я произ водит еля (руб.)	Цена закуп а (руб.)	Розни чная цена (руб.)	Преде льная розни чная цена
1	1520	14,55	14,55	28	21,83
2	500	82,13	88	123	123,2
3	243	44,15	46,5	69	66,23

Определите размер превышающий предельную розничную цену.

Задание 11. В результате усиления конкурентной борьбы возможно следующее снижение цен: на изделие А – 15%, на изделие В – 8%. Себестоимость единицы продукции составляет, соответственно, 450 и 570 руб. Рентабельность выпускаемой продукции по изделию А – 15%, по изделию В – 22%. Выпуск продукции в соответствии с заданием: А –1274 шт., В –1124 шт. Необходимо определить прибыль, которую получила фирма от производства и реализации продукции В в указанном объеме без учета изменения цен.

Задание 12. Объяснить утверждение. Чем активнее государство вмешивается в рыночное ценообразование, устанавливая фиксированные цены, тем выше дефицит товаров.

Задание 13. Подразделение А производит блоки внутреннего кооперативного предназначения. Подразделению Б необходимо получить 5000 блоков, которые может поставить только подразделение А. Расходы на производство одного блока подразделения А составляют 28 руб. Если подразделение А согласится на поставку такой партии блоков для подразделения Б, тогда ему необходимо сократить продажу на внешнем рынке на 3500 блоков за год. Цена блока, реализуемого на внешнем рынке, составляет 45 руб. Полные расходы на один блок – 35 руб. Принять во внимание, что производственные мощности подразделения А используются на 100%.

Необходимо:

определить верхнюю и нижнюю границу внутренней цены блока.

Задание 14. Подразделение А производит блоки внутреннего кооперативного предназначения. Подразделению Б необходимо получить 5000 блоков, которые может поставить только подразделение А. Расходы на производство одного блока подразделения А составляют 28 руб. Если подразделение А согласится на поставку такой партии блоков для подразделения Б, тогда ему необходимо сократить продажу на внешнем рынке на 3500 блоков за год. Цена блока, реализуемого на внешнем рынке, составляет 45 руб. Полные расходы на один блок – 35 руб. Принять во внимание, что производственные мощности подразделения А используются на 100%.

Необходимо:

рассчитать внутреннюю цену блока с учетом потерянной прибыли от уменьшения объемов реализации на внешнем рынке.

Задание 15. Подразделение А производит блоки внутреннего кооперативного предназначения. Подразделению Б необходимо получить 5000 блоков, которые может поставить только подразделение А. Расходы на производство одного блока подразделения А составляют 28 руб. Если подразделение А согласится на поставку такой партии блоков для подразделения Б, тогда ему необходимо сократить продажу на внешнем рынке на 3500 блоков за год. Цена блока, реализуемого на внешнем рынке, составляет 45 руб. Полные расходы на один блок – 35 руб. Принять во внимание, что производственные мощности подразделения А используются на 100%.

Значение верхней и нижней границы внутренней цены блока определяется:

ценой этой продукции на рынке – 45 руб. (верхняя граница); расходами на производство одного блока – 28 руб. (нижняя граница). Внутренняя цена рассчитана, исходя из расходов на производство и прибыли, утраченной в результате недопоставок продукции на внешний рынок и составила 42 руб.

Необходимо: проанализировать, как влияет выбор внутренней цены блока на прибыль предприятия в целом.

Задание 16.

Провести конкурентный анализ коммерческой организации.

Методические рекомендации к проведению конкурентного анализа.

Пример:

Конкурентный анализ предприятия, пример: фирма «XXX» – партнер разработчика программных продуктов на платформе 1С. Следовательно, «XXX» – один из региональных представителей, которые продают и обеспечивают техподдержку ПО. Программы на платформе 1С популярны на рынке и не имеют идентичных заменителей. Конкурентная среда – фирмы, которые занимаются распространением этой продукции.

1. Идентификация конкурентов.

Первый этап: «Идентификация конкурентов», здесь нужно выбрать компании, которые занимают значительные доли исследуемого рынка. Источники информации: интернет, справочники, рекламные буклеты, информационные письма разработчиков, отзывы пользователей и т. д. Для фирмы «XXX» было найдено три главных конкурента: фирма «AAA», фирма «BBB» и фирма «ССС».

2. Оценка конкурентных сил.

Осуществляется сравнение товарных предложений конкурентов с услугами своей фирмы, и определяются сильные и слабые стороны каждого из них.

Чтобы оценить конкурентные силы, нужно обратиться к таблице. Поскольку цены на программные продукты и их ассортимент определяются разработчиком, анализ будет основываться на качестве сервисного обслуживания и оказании дополнительных услуг по внедрению и поддержке ПО.

Оценка конкурентных сил:

Название организации/Критерий сравнения	Фирма «XXX»	Фирма «AAA»	Фирма «BBB»	Фирма «ССС»
Консультации по выбору программного обеспечения	+	+		
Установка программного обеспечения	+	+	+	+
Настройка и внедрение программных продуктов	+	+	+	+
Обновление программных продуктов	+	+	+	+
Обслуживание компьютеров	+			
Обучение пользователей особенностям программы	+	+	+	
Предоставление консультаций по работе с программой	+		+	
Доработка типовых конфигураций по желанию пользователя	+		+	+
Продажа учебно-методической литературы		+		
Дифференциация цен на техническую поддержку	+	+		+
Наличие сертифицированных специалистов	+			+

Таблица иллюстрирует основные направления деятельности, на которых фокусируются компании, которые являются официальными представителями разработчика программных продуктов на платформе 1С. Знаком «+» отмечено наличие этого направления у конкретной фирмы.

На полученную информацию, можно выделить сильные и слабые стороны конкурентов.

Конкурентный анализ (таблица) «Сильные и слабые стороны конкурентов».

Преимущества	Недостатки
Фирма «AAA»	
Комплексное обслуживание программных продуктов	Нет возможности доработать конфигурацию под нужды потребителя
Реализация учебно-методической литературы	Нет сертифицированных специалистов
Гибкая система цен	Нет возможности получить консультации по работе с программами
Гибкая система цен	Договор не подразумевает обслуживания компьютеров и сети предприятия в целом
Фирма «BBB»	
Комплексное обслуживание программных продуктов	Нет сертифицированных специалистов
Возможность оказания консультаций по работе с программами	Жесткая ценовая политика, не учитывающая потребности клиентов
	Договор не подразумевает обслуживания компьютеров и сети предприятия в целом

	Учебно-методическая литература не реализуется
Фирма «ССС»	
Гибкая система цен	Отсутствие возможности комплексного обслуживания программного обеспечения
Наличие сертифицированных специалистов	Учебно-методическая литература не реализуется
	Договор не подразумевает обслуживания компьютеров и сети предприятия в целом
	Отсутствие возможности обучения и консультаций по работе с программными продуктами пользователей

Проведя анализ конкурентных сил, можно перейти к следующему этапу.

3. Оценка конкурентных преимуществ.

Здесь нужно определить сильные стороны собственной фирмы по отношению к каждому конкуренту и, опираясь на полученные данные, оценить шансы своей компании занять запланированные ниши на рынке, выявить некоторые направления для развития своего бизнеса. Конкурентные преимущества фирмы «XXX» по отношению к каждой фирме-конкуренту показаны на рисунке ниже:



Рисунок иллюстрирует, что комплексное обслуживание компьютеров и ПО – это универсальное конкурентное преимущество фирмы по отношению ко всем конкурентам. Затем можно назвать такие положительные моменты, как консультирование по работе с программными продуктами и наличие в компании высококвалифицированных специалистов.

4. Поиск направлений для развития.

Можно определить следующие направления для развития фирмы, опираясь на проработанную информацию.

1. Позиционирование фирмы «XXX» как компании, которая предоставляет комплексный спектр услуг – от помощи в выборе программного продукта до технического и информационного сопровождения автоматизированных систем.

2. Позиционирование фирмы «XXX» как компании, персонал которой представляет собой сертифицированных и высококвалифицированных специалистов.

3. Позиционирование фирмы «XXX» как компании, деятельность которой ориентирована на определение существующих проблем и потребностей клиентов и поиск решений по их удовлетворению.

4. Развитие новых направлений бизнеса (допустим, реализация учебно-методической литературы под заказ, оказание консультационных услуг по бухгалтеру).

Специфика и отрасль деятельности будут диктовать тонкости выявления конкурентных преимуществ.

Примерные тестовые задания закрытого типа к экзамену (ПК-2), (ПК-3), (ПК-4)

1. Ценовая конкуренция на рынке товаров народного потребления относится к:

- А) недобросовестной рекламе своей продукции конкурирующими фирмами
- Б) соперничеству предпринимателей с целью извлечения дополнительной прибыли с уменьшением издержек производства без изменения существующего ассортимента продукции
- В) изменению цены продукции путем снижения качества товаров
- Г) изменению прибыли за счет роста фондоотдачи

2. Чистая, абсолютная конкуренция (монополия) на рынке товаров народного потребления и услуг населению характерна:

- А) на рынке, товары и услуги для которого поставляются только одной фирмой-производителем
- Б) только для иностранных компаний, осуществляющих свое производство в зарубежных странах
- В) только для государственных компаний, господствующих на рынке
- Г) только для некоммерческих организаций, осуществляющих свое производство на отечественном рынке

3. Стратегия выживания предприятия предусматривает:

- А) полное и обязательное во всех случаях изменение профиля деятельности такого предприятия
- Б) неизменную замену всего имевшегося ранее на нем производственного персонала с заменой ведущих менеджеров
- В) проведение на нем комплекса мероприятий, включая решение проблем ценообразования, для того, чтобы не допустить банкротства предприятия
- Г) с целью перевода финансовых ресурсов в деятельность другого рыночного субъекта

4. Для какого типа продукции возможно использование балльного (экспертного) метода ценообразования:

- А) для взаимозаменяемой потребительской продукции
- Б) для аналогичной продукции производственно-технического назначения
- В) для оценки ресурсов рыночного субъекта
- Г) для оценки системы управления предприятием

5. К расчетным методам ценообразования относят?

- А) затратные методы
- Б) метод определения цены по эластичности спроса

- В) метод регрессии
- Г) балансовый метод

6. Метод ценообразования, который состоит в установлении зависимости цены от нескольких величин параметрического ряда называется?

- А) агрегатный метод
- Б) метод расчленения цен
- В) метод регрессии
- Г) балансовый метод

7. При определении уровня цены базовым элементом для расчета может быть:

- А) цена приемлемая для покупателя, средняя сумма издержек на единицу продукции, валовая прибыль на единицу продукции
- Б) изменение фондоотдачи, средняя сумма издержек на единицу продукции
- В) численность работников, валовая прибыль на единицу продукции
- Г) выручка на одного работника, валовая прибыль на единицу продукции, износ основных фондов

8. Структура цены характеризует:

- А) расходы включаемые в себестоимость продукции
- Б) выручку без НДС, которую получает предприятие при реализации продукции
- В) удельный вес всех элементов в цене товара
- Г) спрос и предложение на рынке

9. Оптовые посредники увеличивают цену товара за счет:

- А) торговой надбавки
- Б) акциза
- В) налога на прибыль
- Г) снабженческо-сбытовой надбавки

10. Интернет-магазин продает ноутбук по цене ниже среднерыночной, в комплект которого не входит зарядное устройство. Клиенту, купившему такой товар, приходится докупать зарядное устройство, в результате чего сумма чека порой превышает цену комплектного ноутбука у других продавцов. Экономить таким образом клиентам не удастся. Какой термин характеризует представленную маркетинговую уловку:

- А) демпинг
- Б) псевдодемпинг
- В) инновации
- Г) инвестиции

7.4. Электронное портфолио обучающегося

В электронном портфолио обучающегося по дисциплине размещается

<http://portfolio.usue.ru>

- курсовая работа (приложение 3)

Приложение 3

к рабочей программе

7.3.3. Перечень курсовых работ

1. Различные методы ценообразования: сущность, условия использования в рыночной экономике.
 2. Теории цены и механизм ценообразования в рыночной экономике.
 3. Методы массовой оценки недвижимого имущества.
 4. Оценка объектов недвижимости в условиях рыночной экономики.
 5. Использование анализа рынка в оценке стоимости складской недвижимости.
 6. Согласование результатов оценки стоимости недвижимости, полученных различными методами.
 7. Особенности оценки в целях налогообложения недвижимого имущества.
 8. Анализ методик оценки объектов в условиях формирования рынка земли и недвижимости.
 9. Ценообразование: стратегии, методы. Государственная политика в области ценообразования.
 10. Анализ политики ценообразования организации: выбор принципов и методов ценообразования, формирование цены товара.
 11. Особенности методов ценообразования на товары и услуги на предприятии.
 12. Методы организации управления затратами, ценообразованием и прибылью на предприятии.
 13. Методы оценки эффективности предприятия управленческих решений в области госзакупок.
 14. Основные виды количественных методов исследований в области госзакупок.
 15. Стратегические методы в исследованиях в области госзакупок: процесс выборки и методы статистического анализа.
 16. Методы личного интервью и фокус-группы в области госзакупок.
 17. Основные принципы и методология системного анализа в области управления государственными и муниципальными закупками.
 18. Совершенствование механизма государственных и муниципальных закупок.
 19. Государственные закупки в системе управления финансами в РФ.
 20. Совершенствования технологий проведения государственных закупок.
 21. Оптимизация степени закупок сырья рыночного субъекта.
 22. Разработка конкурентоспособной стратегии рыночного субъекта.
 23. Повышение конкурентоспособности предприятия.
- Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа представляет собой самостоятельно выполненное научное исследование магистранта, в котором раскрываются его знания, приобретенные навыки и умение применять их для решения практических задач.

В курсовой работе магистрант должен изложить:

- теоретико-методологические аспекты по инициативной теме;
- систематизацию и обзор литературных источников и фондовых материалов; комплексную увязку основных экономических показателей на макро, мезо и микроуровнях;
- анализ законодательных и нормативных актов Российской Федерации, субъектов РФ, локальных актов отдельных хозяйствующих субъектов;
- расчеты, эксперимент и методы владения современной вычислительной техникой;
- методы оценки экономической и социальной эффективности предлагаемых мероприятий.
- Общие требования к курсовой работе:
- целевая направленность;
- четкость построения;
- логическая последовательность изложения материала;
- глубина исследования и полнота освещения вопросов;
- убедительность аргументаций;
- краткость и точность формулировок; конкретность изложения результатов работы;
- доказательность выводов и обоснованность рекомендаций; грамотное оформление.

Курсовая работа должна быть написана грамотным литературным языком, в структуре работы должна прослеживаться логика изложения материала, предложения и мысли магистранта должны быть аргументированы и обоснованы. Результаты, полученные магистрантом, должны иметь практическую или научную значимость и предназначаться для развития теории вопроса либо для совершенствования деятельности хозяйствующих субъектов, решения их проблем, устранения недостатков.

По своему содержанию курсовая работа представляет собой оригинальное научное исследование. В ней студент дает оценку того, как обстоит дело с конкретной проблемой в современной науке и практике, анализирует существующие направления ее развития и совершенствования, дает оценку и критический обзор этих направлений, затем приводит обоснованные соображения о путях решения проблемы и вносит свои предложения.

Целью выполнения курсовой работы является систематизация и расширение теоретических знаний по направлению, развитие профессиональных навыков и умений, выявление способности магистранта на основе полученных знаний решать конкретные практические задачи.

Объектами, на базе которых может выполняться курсовая работа, являются:

предприятия и организации всех организационно-правовых форм и видов собственности, их объединения и структурные подразделения; государственные и муниципальные институты и учреждения; системы государственного управления и местного самоуправления; предпринимательская деятельность.

Основные задачи, которые должен решить магистрант при выполнении курсовой работы:

- обоснование актуальности и значимости выбранной темы работы с точки зрения теории и практики хозяйственной деятельности;
- изучение теоретических положений по проблеме, сущности экономических категорий и процессов, нормативной документации;
- сбор необходимой для проведения исследования информации с привлечением первичных и вторичных источников и использованием адекватных методов;
- проведение анализа состояния объекта исследования с использованием соответствующих методов обработки информации, выявление тенденций изменения показателей, и проблем, требующих решения или совершенствования;
- разработка рекомендаций и предложений, их экономическое и организационное обоснование, необходимое и достаточное для решаемой задачи;
- обобщение результатов проведенных исследований, формулирование выводов
- о степени достижения целей, поставленных в работе, и возможности практического применения предложенных разработок.

Решение названных задач обуславливает необходимость предъявления к курсовой работе соответствующих требований:

- практическая значимость (ценность) работы;
- применение современной передовой методологии;
- комплексный системный подход к исследованию темы;
- наличие элементов творчества.

Тематика курсовых работ учитывает направление кафедры, а также профессиональные интересы ее профессорско-преподавательского состава, направленность подготовки магистрантов.

Однако при изучении перечня предлагаемых тем курсовых работ магистранты должны учитывать, что он (перечень) является примерным. Магистрант имеет право самостоятельно определить тему курсовой работы или скорректировать предложенную тему с учетом своей подготовки, научно-познавательных и практических интересов.

Непременными структурными элементами курсовой работы являются:

1. титульный лист;
- 1 реферат;
- 2 содержание;
- 3 введение;
- 4 основная часть;
- 5 заключение;
- 6 список использованных источников;
- 7 приложения.

Основная часть состоит из трех глав, каждая из которых имеет название, соответствующее теме курсовой работы.

ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ должен содержать все необходимые идентификационные признаки и быть выполнен по образцу.

РЕФЕРАТ должен в кратком виде (в объеме до 1/2 страницы) содержать:

сведения об объеме работы, количестве рисунков, таблиц, использованных источников информации, приложений;

перечень ключевых слов, состоящий из 5–15 слов или словосочетаний, которые

в наибольшей мере характеризуют содержание курсовой работы и обеспечивают возможность информационного поиска;

цель и объект исследования;

эффективность рекомендаций и предложений.

СОДЕРЖАНИЕ отражает структуру работы. В нем указывается перечень всех глав и параграфов курсовой работы, а также номера страниц, с которых начинается каждый из них. Главы в курсовой работе должны иметь в пределах всей работы порядковые номера, обозначенные арабскими цифрами. Параграфы каждой главы должны иметь нумерацию в пределах глав. Номер параграфа состоит из номера главы и непосредственно номера параграфа в данной главе, отделенного от номера главы точкой. После номера параграфа точка не ставится.

См. примеры оформления содержания к курсовой работе (без рамки):

ВВЕДЕНИЕ. Во введении необходимо:

– обосновать актуальность выбранной темы с точки зрения практической значимости проблемы для общества в целом, отдельного хозяйствующего субъекта или региона, а также ее теоретической и методической разработанности в специальной литературе;

– определить проблему исследования для данной курсовой работы;

– сформулировать цель курсовой работы и задачи по ее достижению. Цель работы должна формулироваться достаточно четко и содержать как исследовательский этап, так и рекомендательный. Например, «Изучить систему и особенности управления персоналом на предприятии и разработать рекомендации по ее совершенствованию»;

– охарактеризовать объект и предмет исследования. Объектом исследования выступает изучаемый хозяйствующий субъект (предприятие, организация, подразделение, учреждение, территория и т.п.). Предмет исследования – это система, механизм, инструмент, отношения, изучаемые студентом с целью выявления проблем и поиска путей их решения;

– отразить информационную базу исследования, перечислив основные виды источников информации, использованных для выполнения работы, и методы ее обработки;

– кратко описать структуру работы.

Объем введения – 2-3 страницы текста.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ РАБОТЫ. Курсовая работа должна содержать 3 главы (теоретическую, аналитическую, рекомендательную), каждая из которых делится на 2-3 параграфа. Обязательными для курсовой работы

являются логическая связь между главами, доказательность и последовательное развитие основной темы на протяжении всей работы. Основная часть должна составлять не менее 80% полного объема курсовой работы.

Первая глава - *теоретическая*. Она должна содержать литературный обзор существующего состояния изучаемой проблемы и включать:

- сущность понятийного аппарата предмета исследования и его роль в национальной экономике, в жизнедеятельности отдельного хозяйствующего субъекта,
- в удовлетворении общественных потребностей и т.п.;
- обзор дискуссионных вопросов, по-разному освещаемых в научной литературе. Он должен носить критический характер и отражать точку зрения автора курсовой работы. Изложение классификаций, систем, элементов, инструментов и т.д., характеризующих рассматриваемую проблему;
- методические основы изучения проблемы исследования, выбранной для курсовой работы. При наличии различных методических подходов необходимо охарактеризовать их особенности и сформулировать свое представление по этому вопросу;
- особенности правовой регламентации предмета исследования; экономико-правовые, организационные, управленческие и другие проблемы изучаемого явления в экономике России;
- выводы или краткое обобщение содержания главы.

При написании теоретической главы работы студент должен показать знание общетеоретических и специальных подходов к изучению проблемы, умение обобщать материал литературных источников, выявлять основные тенденции и особенности развития проблемы, сходства и различия в точках зрения авторов теоретических и методических работ, делать самостоятельные выводы. Для более сжатого и наглядного изложения материала следует использовать различные схемы, позволяющие объемно представить содержание понятий и процессов.

Объем первой главы – примерно 20-25 страниц.

Вторая глава – *аналитическая*. Она должна содержать полноценный экономико-правовой анализ изучаемого явления, выполненный на основе плановых или отчетных данных за несколько лет предприятия, организации, учреждения и включает:

- общую характеристику объекта исследования с точки зрения предмета деятельности, истории развития, основных показателей хозяйственной деятельности, экономического и финансового состояния;
- анализ состояния проблемы по ранее определенной методике исследования. Характер и объем изучаемого фактического материала будет зависеть от особенностей этой методики и объекта исследования;
- зарубежный, передовой отечественный опыт или опыт конкурентов по устранению недостатков и разрешению проблем хозяйствующих субъектов;
- анализ системы законодательства и судебной практики по изучаемой проблеме, оценку локальных актов предприятий, организаций, учреждений, территорий;
- выводы по выполненному анализу.

При написании этой главы студент должен показать умение экономически грамотно анализировать и оценивать состояние проблемы для выбранного объекта исследования на основе собранных данных литературных источников, статистических и справочных материалов, годовых и оперативных материалов предприятий (организаций), производить необходимые расчеты и делать обоснованные выводы. При этом он должен осуществить правильный отбор необходимой информации (не использовать ненужные сведения), определиться с временными границами сбора данных, применить необходимые методы их сбора и обработки. Наиболее полно должны быть проанализированы существующее состояние изучаемого явления, факторы, влияющие на его развитие, имеющиеся возможности и недостатки.

Анализ в большинстве случаев должен иметь динамичный характер, то есть отражать изменение показателя за ряд лет (например, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 годы). В случае невозможности сбора статистики за 5 последних лет динамический ряд можно построить за последние три года в поквартальной разбивке.

Для удобства анализа фактический материал должен быть оформлен в виде таблиц и рисунков (схем, графиков, диаграмм), сопровождаемых рассуждениями и выводами. Наиболее объемные и первичные материалы могут быть вынесены в приложения.

В конце главы должны быть сформулированы выводы, сначала положительные (что хорошего студент увидел, анализируя предмет и объект исследования), а затем отрицательные (негативные тенденции, вскрытые проблемы и недостатки).

Объем второй главы – примерно 20-25 страниц.

Третья глава - рекомендательная. Она должна быть направлена на устранение и разрешение сформулированных в предыдущих главах проблем и недостатков. В зависимости от цели и задач курсовой работы в ней могут быть представлены:

- перспективы развития хозяйствующего субъекта;
- программа мероприятий по совершенствованию какого-либо направления деятельности предприятия (организации), которая позволит решить выявленные проблемы и преодолеть имеющиеся недостатки;
- предложения по совершенствованию методик и инструментов решения каких-либо практических задач (плановых, аналитических, управленческих и т.д.) с их апробацией в реальных условиях и выводами об условиях применения;
- бизнес-план (или инвестиционный проект), необходимость реализации которого была обоснована в предыдущей главе;
- предложения по изменению организационной структуры предприятия в целом или по отдельным направлениям деятельности;
- рекомендации по совершенствованию системы российского законодательства, локальных нормативных актов хозяйствующих субъектов;
- экономическое обоснование одного или совокупности предложений и рекомендаций.

При выполнении этой главы студент должен показать умение на основе выводов проведенных исследований предлагать конкретные мероприятия, методы и способы разрешения конкретной проблемы. При этом строится данная глава должна с учетом принципов системного подхода и динамичности. Необходимо учитывать взаимосвязи многих изменяющихся во времени объектов и факторов, а также многих сфер принятия управленческих решений в рамках предприятия с позиций как стратегического, так и оперативного управления.

Предложения и рекомендации студент должен обязательно обосновать с точки зрения экономических и, при необходимости, социальных последствий, которые будут проявляться в результате реализации этих разработок. Экономическое обоснование может быть выполнено в виде:

- расчета экономической эффективности инвестиций;
- оценки эффективности дополнительных текущих затрат на определенные мероприятия;
- оценки прогрессивности предложений по качественным параметрам;
- прогноза изменения определенных социально-экономических показателей;
- рейтинговых и экспертных оценок и т.д.

При этом студент должен выбрать адекватные методы и методики социально - экономического обоснования предложений, грамотно применить их, а также сделать необходимые выводы.

Объем третьей главы – примерно 15-20 страниц.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. В этой части курсовой работы находят отражение основные положения и выводы, содержащиеся во всех главах работы. Раскрывается сущность проблем и недостатков деятельности хозяйствующих субъектов и кратко излагаются основные рекомендации, направленные на их разрешение и устранение. Приводятся итоговые показатели экономического обоснования сформулированных предложений рекомендаций автора. Объем – 2-3 страницы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ должен содержать перечень использованных при написании курсовой работы нормативно-правовых актов, справочных, статистических, учебных, научных литературных источников, а также информации из Интернет с их полным библиографическим описанием.

ПРИЛОЖЕНИЯ. В приложения следует выносить вспомогательный или дополнительный материал, который при включении в основную часть работы загромождает текст. К нему относятся промежуточные расчеты, таблицы вспомогательных цифровых данных, инструкции, методики, компьютерные распечатки, иллюстрации вспомогательного характера, заполненные формы отчетности, нормативно-правовые акты или выдержки из них, локальные акты предприятий.

Нумерация страниц, на которых даются приложения, должна продолжать общую нумерацию страниц основного текста.

Оформление курсовой работы должно соответствовать «ПОЛОЖЕНИЮ о требованиях к оформлению рефератов, отчетов по практике, контрольных курсовых и дипломных работ», утвержденному приказом Ректора УРГЭУ от 06 апреля 2016 г. № 112/1. Данное ПОЛОЖЕНИЕ размещено на портале образовательных ресурсов.

Защита курсовой работы

Условием получения оценки по курсовой работе является не только подготовка текста, но и публичная защита.

К защите допускается готовые работы - окончательный вариант, исправленный на основании замечаний руководителя и размещенный в портфолио на сайте <http://portfolio.usue.ru> ФГБОУ ВО «УрГЭУ». Руководитель пишет отзыв и публикует курсовую работу. Магистрант должен прикрепить к курсовой работе: отзыв руководителя и справку о публикации.

Защита должна сопровождаться выступлением и презентацией с использованием мультимедийной техники.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Оценки по курсовым работам ставятся на основе результатов защиты магистранта перед специальной комиссией, выделенной кафедрой, с участием непосредственного руководителя курсовой работы в сроки, установленные учебным планом.

Максимально возможная оценка за курсовую работу – 25 баллов; «отлично» – 20–25 баллов; «хорошо» – 15–20 баллов; «удовлетворительно» – 10–15 баллов; «неудовлетворительно» – 0–10 баллов.

Критерий	Требования к работе студента	Максимальное Количество баллов
Знание и понимание материала	соответствие содержания теме; формулировка проблемы; актуальность выбранной темы; определение рассматриваемых понятий четко и полно; самостоятельность выполнения работы, научная новизна; теоретическое обоснование	6

	исследования; практическое обоснование исследования; методы исследования.	
Анализ и оценка информации	обоснованность отбора материала, его объём; грамотный анализ различных точек зрения; достаточный для подтверждения положений работы анализ статистических данных; выводы, обобщающие собственную позицию; наглядность иллюстративного материала; использование современных информационных технологий; апробирование результатов исследования.	6
Построение суждений	логика, ясность изложения; грамотная аргументация; четкость и содержательность выводов.	6
Оформление работы	правильность цитирования; грамотность изложения (язык); соблюдение требований к структуре работы.	6
Формальные требования	соблюдение сроков сдачи, объема работы, формата текста.	1

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень курсовых работ

24. Различные методы ценообразования: сущность, условия использования в рыночной экономике.
25. Теории цены и механизм ценообразования в рыночной экономике.
26. Методы массовой оценки недвижимого имущества.
27. Оценка объектов недвижимости в условиях рыночной экономики.
28. Использование анализа рынка в оценке стоимости складской недвижимости.
29. Согласование результатов оценки стоимости недвижимости, полученных различными методами.
30. Особенности оценки в целях налогообложения недвижимого имущества.
31. Анализ методик оценки объектов в условиях формирования рынка земли и недвижимости.
32. Ценообразование: стратегии, методы. Государственная политика в области ценообразования.
33. Анализ политики ценообразования организации: выбор принципов и методов ценообразования, формирование цены товара.
34. Особенности методов ценообразования на товары и услуги на предприятии.
35. Методы организации управления затратами, ценообразованием и прибылью на предприятии.
36. Методы оценки эффективности предприятия управленческих решений в области госзакупок.
37. Основные виды количественных методов исследований в области госзакупок.

38. Стратегические методы в исследованиях в области госзакупок: процесс выборки и методы статистического анализа.
39. Методы личного интервью и фокус-группы в области госзакупок.
40. Основные принципы и методология системного анализа в области управления государственными и муниципальными закупками.
41. Совершенствование механизма государственных и муниципальных закупок.
42. Государственные закупки в системе управления финансами в РФ.
43. Совершенствования технологий проведения государственных закупок.
44. Оптимизация степени закупок сырья рыночного субъекта.
45. Разработка конкурентоспособной стратегии рыночного субъекта.
46. Повышение конкурентоспособности предприятия.
Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Заздравных, А. В. Теория отраслевых рынков [Электронный ресурс]: учебник и практикум для магистратуры: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. - Москва: Юрайт, 2020. - 288 с. <http://www.biblio-online.ru/book/2EBBE4B1-DDE9-4B65-BD7F-C98017D23099>
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков в 2 ч. Часть 1 [Электронный ресурс]: Учебник для вузов / Розанова Н. М. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2020. - 345 с. <https://urait.ru/bcode/451579>
3. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков в 2 ч. Часть 2 [Электронный ресурс]: Учебник для вузов / Розанова Н. М. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2020. - 314 с. <https://urait.ru/bcode/451580>

Дополнительная литература

4. Рынок продовольственных товаров: состояние и перспективы развития [Текст]: монография / М. А. Николаева, О. А. Рязанова, Ю. Н. Клещевский [и др.]. - Москва: РУСАЙНС, 2020. - 223 с. (1 экз.)
5. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры: для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / Ю. Н. Соловьева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2019. - 131 с. <https://www.biblio-online.ru/bcode/433255>
6. Пахомова, Н. В. Экономика отраслевых рынков [Текст]: университетский учебник / Н. В. Пахомова, К. К. Рихтер; С.-Петерб. гос. ун-т. - Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2019. - 638 с. (15 экз.)

Нормативно-правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Текст]: Федеральный закон РФ от 30.11.1994 №51-ФЗ (от 03.07.2016 [N 333-ФЗ](#), от 03.07.2016 [N 354-ФЗ](#)) Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
2. Федеральный закон от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации". Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
3. Бюджетный кодекс РФ: Федеральный закон от 17.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 23.06.2016). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
4. Налоговый кодекс РФ (часть первая): от 17.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 23.05.2016). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

5. Налоговый кодекс РФ (часть вторая) от 26.07.2000 № 117-ФЗ (ред. от 30.05.2016). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Электронные ресурсы:

1. Блог «Все о финансах» – URL: <http://finanso-blog.blogspot.com>.
2. Блог «Credit loan» – URL: <http://www.creditloan.com/blog/>.
3. Блог «Political calculations» – URL: <http://politicalcalculations.blogspot.com>.
4. Большая энциклопедия нефти и газа - URL: <http://www.ngpedia.ru/>
5. Интерактивный журнал «Бюджетный учет» – URL: <http://www.b-uchet.ru/article/114068.php>.
6. Интерактивный журнал «ЖэньминьЖибао» – URL: <http://russian.people.com.cn/index.html>
7. Информационно-справочный ресурс Высшей школы экономики – URL: <http://www.ecopos.ru/ekonomicheskaya-politika-eto.php>.
8. Официальный сайт Казначейства России – URL: <http://www.roskazna.ru/reports>.
9. Официальный сайт Казначейства США – URL: <http://www.treasury.gov/Pages/default.aspx>
10. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации – URL: <http://www.minfin.ru/ru>.
11. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации, информационно- аналитический раздел – URL: <http://info.minfin.ru/fbdohod.php>. Официальный сервер органов государственной власти РФ: <http://www.gov.ru>
12. Президент РФ: <http://www.kremlin.ru/events>
13. Государственная Дума ФС РФ: www.duma.ru
14. Совет Федерации ФС РФ: <http://council.gov.ru>
15. Официальный сайт Правительства Свердловской области <http://www.midural.ru/>
16. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/>
17. Электронная библиотека журналов: <http://elibrary.ru>
18. Российская Государственная Библиотека: <http://www.rsl.ru>
19. Информационные каналы Государственной Думы, Совета Федерации, Конституционного Суда России: <http://www.akdi.ru>
20. Электронная библиотека журналов: <http://elibrary.ru>
21. Российская Государственная Библиотека: <http://www.rsl.ru>
22. Ассоциация исследователей экономики общественного сектора -<http://www.aspe.spb.ru/>
23. Вопросы экономики - <http://vopreco.ru>

24. Мировая экономика и международные отношения (МЭМО) - <http://www.imemo.ru>
25. Российский экономический журнал (РЭЖ) - <http://www.rej.guu.ru>
26. Журнал экономической теории –[http://www. uiec.ru/zhurnalyekonomicheskoteorii/](http://www.uiiec.ru/zhurnalyekonomicheskoteorii/)
27. Научные труды Вольного экономического общества России – <http://www.iecon.org/edition.html>
28. Финансы и экономика -<http://finans.rusba.ru>

Образец оформления титульного листа



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Уральский государственный экономический университет»

(УргЭУ)

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине **«Отраслевые товарные рынки и конкурентный анализ»**

на тему: **Теории цены и механизм ценообразования в рыночной экономике**

Институт непрерывного и
дистанционного образования

Студент

Сидоров Юрий Петрович

Группа *ОЗМ-БЭ-24-ИНДО*

Направление подготовки

Руководитель

38.04.01. Экономика

*Ялунина Екатерина Николаевна,
д.э.н., профессор*

Направленность (профиль)

*Бизнес-экспертиза ценообразования,
товарных рынков и закупок*

Кафедра

*Конкурентного права и
антимонопольного регулирования*

Дата защиты: _____

Оценка: _____

Екатеринбург

20__ г.