

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра экономической теории и прикладной экономики

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФБ
д.э.н. Хайруллина М. В.
“ ____ ” _____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Экономика отраслевых рынков

Образовательная программа: 38.03.01 Экономика, профиль: Бухгалтерский учет, анализ и аудит

Курс: 3, семестры : 5 6

Факультет бизнеса, заочная форма обучения

		Семестр	
№	Вид деятельности	5	6
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	0	4
2	Всего часов	0	144
3	Всего занятий в контактной форме, час.	2	30
4	Лекции, час.	2	8
5	Практические занятия, час.	0	8
6	Лабораторные занятия, час.	0	0
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	0	4
8	Аттестация, час.	0	2
9	Консультации, час.		12
10	Самостоятельная работа, час.	0	112
11	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ, подготовка к контрольной работе)		контр.
12	Вид аттестации		Э

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 38.03.01 Экономика

ФГОС введен в действие приказом №1327 от 12.11.2015 г. , дата утверждения: 30.11.2015 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, базовая

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 38.03.01 Экономика

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

ЭТПЭ, протокол заседания кафедры №7 от 20.06.2017

Утверждена на совете факультета бизнеса, протокол № 6 от 21.06.2017

Программу разработал:

доцент, к.э.н. Гильмундинов В. М.

Заведующий кафедрой:

профессор, д.э.н. Литвинцева Г. П.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Аманжолова Б. А.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Компетенция ФГОС: ОК.3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; в части следующих результатов обучения:
32. знать механизм функционирования и регулирования отраслевых рынков
Компетенция ФГОС: ПК.7 способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и аналитический отчет; в части следующих результатов обучения:
у1. уметь представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи

2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий
<i>Экономика отраслевых рынков</i>	
ОК.3.32 знать механизм функционирования и регулирования отраслевых рынков	
1. категории, концепции, теоремы, предметные области основных направлений экономики отраслевых рынков	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
2. работы ведущих представителей основных направлений экономики отраслевых рынков	Лекции; Самостоятельная работа
ПК.7.у1 уметь представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи	
3. исследовать, прогнозировать и объяснять последствия принимаемых решений отдельными субъектами отраслевого рынка	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
4. выполнения заданий и упражнений с применением методов экономики отраслевых рынков, написания самостоятельных творческих работ, участия в научных дискуссиях	Практические занятия; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 5				
Дидактическая единица: Методология исследования отраслевых рынков				
0. Введение в экономику отраслевых рынков	0	2	1	Вводная лекция, ознакомление с курсом, выдача задания на семестр
Семестр: 6				
Дидактическая единица: Методология исследования отраслевых рынков				

1. Предмет курса "Экономика отраслевых рынков". Становление и этапы развития. Методология исследования	0	0,5	1, 2	Предмет курса "Экономика отраслевых рынков". Становление и этапы развития теории отраслевых рынков и их место в системе экономических знаний. Методология исследования рыночных структур. Чикагская и гарвардская школы в теории отраслевых рынков. Концепция "Структура-Поведение-Результат"
2. Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению	0	1	1, 2	1. Фирма. Современные концепции фирмы: технологический, контрактный и стратегический подход. 2. Рынок. Классификация рынков, идентификация границ. 3. Отрасль. Классификация отраслей, структура отрасли. 4. Отраслевой рынок. Показатели размера фирмы.
Дидактическая единица: Структура отраслевых рынков				
3. Обобщенные рыночные структуры	0	0,5	1, 2	1. Классификация рыночных структур. 2. Совершенная конкуренция. Рыночная структура и ее основные черты. Влияние отдачи от масштаба на равновесие. Ценообразование на уровне предельных затрат и его влияние на общественное благосостояние. 3. Монополия. Задача максимизации прибыли монополии, общественные издержки существования монополии. Х - неэффективность монополии.
4. Монопольная власть и показатели измерения	0	0,5	1, 2	1. Монопольная власть. Определение, проявления, нормальная и экономическая прибыль. 2. Показатели монопольной власти. Коэффициент Бэйна (норма экономической прибыли). Коэффициент (индекс) Лернера. Коэффициент Тобина (q - Тобина). Коэффициент Папандреу.

5. Рынки однородных продуктов	0	0,5	1, 2	1. Модель Курно. Конкуренция в объеме выпуска. Функции лучшей реакции. Равновесие в модели. Модель для двух и N участников. Влияние числа фирм на благосостояние. Модель с неоднородными фирмами. 2. Модель лидера-ведомого Штакельберга. Преимущество первого хода и равновесие. Воздействие на благосостояние. 3. Модель Бертрана. Ценовая конкуренция. Существование равновесия. Влияние производственных ограничений, циклы Эджворта. Условия ценообразования выше предельных затрат. 4. Модель Форхаймера. Условия реализации доминирования, модели поведения доминирующей фирмы. 5. Сравнительный анализ моделей. Влияние производственных мощностей. Возможность и устойчивость сговора. Примеры стратегий.
-------------------------------	---	-----	------	---

6. Рынки неоднородных продуктов	0	0,5	1, 2	1. Простейшие модели. Эффекты собственной и перекрестной цены. Меры дифференциации. Количественные и Ценовые игры при неоднородных продуктах, модификация моделей Курно и Бертрана. Модель последовательных действий. Стратегии как стратегические комплименты и субституты. 2. Монополистическая конкуренция. Функция полезности репрезентативного потребителя. Фирмы и торговые марки. Равновесие Чемберлина при монополистической конкуренции. Влияние постоянных издержек на число марок и состояние рынка. Конкуренция на международных рынках, влияние на благосостояние. 3. Пространственные (адресные) модели. Модель линейного города, "зонтики Хотеллинга", влияние структуры издержек на уровень дифференциации, последовательный вход в отрасль. Модель кругового города Салопа, оптимальный уровень дифференциации и дифференциация при свободном доступе на рынок. 4. Прочие модели. Модель Ланкастера, продукт как совокупность потребительских характеристик. Вертикальная дифференциация продукта.
---------------------------------	---	-----	------	---

7. Концентрация, барьеры входа в отрасль, слияния фирм	0	1	1, 2	1. Меры концентрации. Индекс концентрации. Индекс Херфинделя-Хиршмана. Индекс энтропии. Дисперсия рыночных долей и логарифмов рыночных долей. Индекс Джини. 2. Барьеры входа в отрасль. Затраты на вход, безвозвратные издержки. Блокированный, удержанный и открытый вход в отрасль. Ценообразование и рыночные сигналы. 3. Слияния. Виды экономических объединений. Типы слияний. Горизонтальные и вертикальные слияния, промежуточные, конечные и взаимозамещающие продукты. Контроль слияний со стороны государства, мировой опыт. 4. Враждебные поглощения. Причины поглощения. Цели и способы поглощений. Варианты борьбы с враждебными поглощениями.
Дидактическая единица: Поведение компаний на отраслевом рынке				
8. Научно - исследовательские и опытно - конструкторские разработки	0	0,5	1, 2, 3	1. Инновации. Классификация процесса инноваций. Гонка за НТП, равновесный и общественно оптимальный уровень НИОКР. Кооперация в сфере НИОКР, эффект положительного влияния. 2. Патенты. Получение преимуществ и поощрение инноваций. Критерии и типы патентной защиты разработок. История патентного законодательства. Длительность патента и уровень НИОКР. Оптимальная длительность патента. Лицензирование и субсидирование инноваций.

9. Ценовая тактика	0	0,5	1, 2, 3	Ценовая дискриминация. Типы дискриминационной политики, совершенная дискриминация, дискриминация в зависимости от объема (дискриминация второго типа), дискриминация по группам потребителей (дискриминация третьего типа). Практика ценовой дискриминации, сезонные продажи, нелинейное ценообразование, сезонное ценообразование. Модели ценообразования. Двухуровневые тарифы. Неравномерное ценообразование, система накопительных скидок. Ценообразование по издержкам пиковой нагрузки. Учет сезонного фактора в ценах, его влияние на доходы. Хищническое ценообразование.
10. Воздействие рекламы на рынок	0	0,5	1, 2, 3	1. Побуждающая реклама. Уровень рекламы, максимизирующий прибыль монополии. Уровень рекламы и уровень цен. Уровень рекламы и его влияние на общественное благосостояние, негативное влияние существования монополии. 2. Информативная реклама. Равновесное число рекламодателей, общественно оптимальный уровень рекламы, зависимость от вероятности достижения потребителя. 3. Целевая реклама. Влияние предыдущего опыта потребления продукта на выбор потребителя. Методы рекламы, сравнительный анализ. 4. Воздействие рекламы на рынок. Сравнительная реклама, стратегическое использование. Реклама и качество продукта. Влияние рекламы на уровень цен. Государственное регулирование рекламы.

11. Проблема асимметричности информации о качестве продукции	0	0,5	1, 2, 3	1. Качество товара. Выбор уровня качества потребителем, зависимость от дохода. Качество как мера продуктовой дифференциации, модификация модели Хотеллинга, двух-периодная игра. 2. Рынок "лимонов" Акерлофа. Модель рынка поддержанных автомобилей. Задача покупателя, "негативный" отбор и его последствия. Применение модели Акерлофа, страхование, фаст-фуды, рынок труда, рынок кредитов. 3. Рыночные сигналы. Цена как сигнал качества. Гарантии качества, симметричная информация. Роль гарантий при несимметричной информации. Государственное регулирование качества продукции, ГОСТы, сертификация, "Закон о защите потребителей", и.т.д.
Дидактическая единица: Государственная политика в отношении отраслевых рынков				
12. Государственная отраслевая политика	0	1,5	1, 2	Отраслевая политика. Регулирование естественных монополий. Антимонопольная политика за рубежом и в России. Ценообразование по Рамсею. Влияние государственной промышленной политики на рыночные структуры.

Таблица 3.2

Темы практических занятий	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 6				
Дидактическая единица: Методология исследования отраслевых рынков				
1. Предмет курса "Экономика отраслевых рынков". Становление и этапы развития. Методология исследования	1	1	1, 3, 4	Дискуссия на тему "Особенности гарвардской и чикагской школ", обсуждение парадигмы "Структура - поведение - результат" на примере отраслей России, прикладных аспектов ЭОР, выполнение эссе
2. Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению	0	0,4	1, 3, 4	Обсуждение и рассмотрение существующих подходов к определению фирмы и обсуждение практических примеров и реальных ситуаций
Дидактическая единица: Структура отраслевых рынков				

3. Обобщенные рыночные структуры	0	0,4	3, 4	Обсуждение и рассмотрение обобщенных рыночных структур, обсуждение практических примеров и реальных ситуаций, решение задач
4. Монопольная власть и показатели измерения	0	0,4	3, 4	Обсуждение основных подходов к измерению монопольной власти
5. Рынки однородных продуктов	0	0,4	1, 3, 4	Обсуждение и рассмотрение рынков с однородной продукцией, обсуждение практических примеров, решение задач
6. Рынки неоднородных продуктов	1	1,4	1, 3, 4	Дискуссия на тему "Рынки с неоднородной продукцией", обсуждение вопросов дифференциации продукции, практических примеров, решение задач
7. Концентрация, барьеры входа в отрасль, слияния фирм	0	0,4	3, 4	Обсуждение и рассмотрение вопросов концентрации продавцов и барьеров входа, обсуждение практических примеров, решение задач, выполнение задания по характеристике отраслевых барьеров
Дидактическая единица: Поведение компаний на отраслевом рынке				
8. Научно - исследовательские и опытно - конструкторские разработки	0	0,4	3, 4	Обсуждение и рассмотрение инновационной деятельности компаний и ее взаимосвязи с рыночной средой, обсуждение практических примеров, решение задач
9. Ценовая тактика	0	0,4	3, 4	Обсуждение и рассмотрение ценовой тактики компаний, методов ценовой дискриминации, обсуждение практических примеров, решение задач
10. Воздействие рекламы на рынок	0	0,4	3, 4	Обсуждение и рассмотрение рекламной политики компаний, обсуждение практических примеров
11. Проблема асимметричности информации о качестве продукции	0	0,4	3, 4	Обсуждение и рассмотрение проблемы асимметричности информации о качестве продукции и ее последствий, стратегий компаний, препятствующих негативным последствиям, обсуждение практических примеров, решение задач
Дидактическая единица: Государственная политика в отношении отраслевых рынков				

12. Государственная отраслевая политика	2	2	3, 4	Дискуссия на тему "Меры государственной отраслевой политики", обсуждение практических примеров, выступление с результатами контрольной работы на тему "Анализ отраслевого рынка на основе концепции "Структура-Поведение-Результат"
---	---	---	------	---

4. Самостоятельная работа обучающегося

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 6				
1	Контрольные работы	1, 2, 3, 4	5	3
Анализ отраслевого рынка с использованием концепции "Структура-Поведение-Результат": Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000152123 . - Загл. с экрана.				
2	Подготовка к занятиям	1, 2, 3, 4	82	7
Разбор лекционного теоретического материала, решение семинарских задач: Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000152123 . - Загл. с экрана.				
3	Подготовка к аттестации	1, 2, 3, 4	25	2
Повторение лекционного материала и решений задач из плана практических занятий: Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000152123 . - Загл. с экрана.				

5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	e-mail:gilmundinov@corp.nstu.ru; Среда электронного обучения НГТУ
Консультирование	e-mail:gilmundinov@corp.nstu.ru; Среда электронного обучения НГТУ
Контроль	Среда электронного обучения НГТУ
Размещение учебных материалов	Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС

Таблица 5.2

Активные и интерактивные формы проведения занятий

№	Наименование активных форм	Коды формируемых компетенций
1	Дискуссия	ПК.7;
Формируемые умения: у1. уметь представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи		
Краткое описание применения: Обсуждение проблемных вопросов функционирования и регулирования отраслевых рынков по соответствующим темам курса		
Подробная информация об использовании технологии приводится в приложении №4 "Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000152123 . - Загл. с экрана."		

6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS.

Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Подробная информация о БРС приводится в Приложении №4 к рабочей программе.

Таблица 6.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Мин. балл	Максимальный балл
Семестр: 6		
<i>Практические занятия:</i>	20	40
Контролирующие материалы (тесты) приводятся в "Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000152123 . - Загл. с экрана."		
<i>Контрольные работы:</i>	10	20
Контролирующие материалы приводятся в "Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000152123 . - Загл. с экрана."		
<i>Экзамен:</i>	20	40
Контролирующие материалы (тесты) приводятся в "Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000152123 . - Загл. с экрана."		

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

Коды компетенций ФГОС	Результаты обучения	Формы контроля	
		Контр. раб.	Экзамен
ОК.3	з2. знать механизм функционирования и регулирования отраслевых рынков	+	+
ПК.7	у1. уметь представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи	+	+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

7. Литература

Основная литература

1. Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков. Ч. 2 : учебное пособие / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2009. - 70, [1] с. : ил. - Режим доступа: <http://www.ciu.nstu.ru/fulltext/textbooks/2009/gilmundinov.pdf>
2. Розанова Н. М. Экономика отраслевых рынков : учебник / Н. М. Розанова ; Гос. ун-т - Высш. шк. экономики. - М., 2011. - 906 с. : ил.

Дополнительная литература

1. Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков. Ч. 1 : учебное пособие / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2005 [т. е. 2006]. - 78, [1] с. : ил. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000052602. - Кн. фактически изд. в 2006 г..
2. Безденежных М. М. Микроэкономика [Электронный ресурс]. Ч. 1 : электронный учебно-методический комплекс [для студентов направления 080100 Экономика] / М. М. Безденежных, Н. Б. Севастьянова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000183079. - Загл. с экрана.
3. Безденежных М. М. Микроэкономика [Электронный ресурс]. Ч. 2 : электронный учебно-методический комплекс / М. М. Безденежных, Н. Б. Севастьянова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000183087. - Загл. с экрана.
4. Безденежных М. М. Микроэкономика - продвинутый уровень [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. М. Безденежных, Н. Б. Севастьянова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000212892. - Загл. с экрана.
5. Малышева Е. В. Микроэкономика [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Е. В. Малышева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: <http://courses.edu.nstu.ru/index.php?show=155&curs=673>. - Загл. с экрана.
6. Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2013. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000189911. - Загл. с этикетки диска. - Рег. свид. № 33882 от 12.02.2014.

Интернет-ресурсы

1. Экономический портал [Электронный ресурс] : сайт. - Режим доступа: <http://institutiones.com/>. - Загл. с экрана.
2. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : официальный сайт. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>. - Загл. с экрана.
4. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>
5. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>
6. ЭБС "Znaniy.com" : <http://znaniy.com/>
7. :

8. Методическое и программное обеспечение

8.1 Методическое обеспечение

1. Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В. М. Гильмундинов ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000152123. - Загл. с экрана.

8.2 Специализированное программное обеспечение

1 Windows

2 Office

9. Материально-техническое обеспечение

Презентационное оборудование

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	Представление теоретических и практических материалов в виде слайд-конспектов

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра экономической теории и прикладной экономики

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФБ
д.э.н., профессор М.В. Хайруллина
“ ” _____ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика отраслевых рынков

Образовательная программа: 38.03.01 Экономика, профиль Бухгалтерский учет, анализ и аудит

1. **Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины**

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине Экономика отраслевых рынков приведена в Таблице.

Таблица

Формируемые компетенции	Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)	Темы	Этапы оценки компетенций	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)
ОК.3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	з2. знать механизм функционирования и регулирования отраслевых рынков	Дидактическая единица:1 Методология исследования отраслевых рынков 1.1 Предмет курса "Экономика отраслевых рынков". Становление и этапы развития. Методология исследования 1.2 Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению Дидактическая единица:2 Структура отраслевых рынков 2.3 Обобщенные рыночные структуры 2.4 Монопольная власть и показатели измерения 2.5 Рынки однородных продуктов 2.6 Рынки неоднородных продуктов 2.7 Концентрация, барьеры входа в отрасль, слияния фирм 3.8 Научно - исследовательские и опытно - конструкторские разработки 3.9 Ценовая тактика Дидактическая единица:3 Поведение компаний на отраслевом рынке 3.10 Воздействие рекламы на рынок 3.11 Проблема асимметричности информации о качестве продукции Дидактическая единица:4 Государственная политика в отношении отраслевых рынков 4.12 Государственная отраслевая политика	Контрольная работа, этапы 1,2	Экзамен, вопросы для подготовки к аттестации 1-19, тестовые вопросы 1-24,
ПК.7/АИ способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет	у1. уметь представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи	Дидактическая единица:1 Методология исследования отраслевых рынков 1.1 Предмет курса "Экономика отраслевых рынков". Становление и этапы развития. Методология исследования 1.2 Фирма, рынок и отрасль: подходы к определению Дидактическая единица:2 Структура отраслевых рынков 2.3 Обобщенные рыночные структуры 2.4 Монопольная власть и показатели измерения 2.5 Рынки однородных продуктов 2.6 Рынки неоднородных продуктов 2.7	Контрольная работа, этапы 3, 4, 5	Экзамен, вопросы для подготовки к аттестации 20-37, тестовые вопросы 25-32

		Концентрация, барьеры входа в отрасль, слияния фирм 3.8 Научно - исследовательские и опытно - конструкторские разработки 3.9 Ценовая тактика Дидактическая единица:3 Поведение компаний на отраслевом рынке 3.10 Воздействие рекламы на рынок 3.11 Проблема асимметричности информации о качестве продукции Дидактическая единица:4 Государственная политика в отношении отраслевых рынков 4.12 Государственная отраслевая политика		
--	--	---	--	--

2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в 6 семестре - в форме экзамена, который направлен на оценку сформированности компетенций ОК.3, ПК.7/АИ.

Экзамен проводится в письменной тестовой форме, по вариантам, состоящим из тестовых вопросов, образца приведенного в паспорте экзамена, позволяющих оценить показатели сформированности соответствующих компетенций.

Кроме того, сформированность компетенций проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

В 6 семестре обязательным этапом текущей аттестации является контрольная работа. Требования к выполнению контрольной работы, состав и правила оценки сформулированы в паспорте контрольной работы.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенций ОК.3, ПК.7/АИ, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

Общая характеристика уровней освоения компетенций.

Ниже порогового. Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

Пороговый. Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Базовый. Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Продвинутый. Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Паспорт экзамена

по дисциплине «Экономика отраслевых рынков», 6 семестр

1. Методика оценки

Экзамен проводится в письменной форме, по тестам. Тестовые задания составляются на основе вопросов, рекомендуемых студентам для подготовки к аттестации (приведены ниже). Тест включает ответы на теоретические вопросы и решение задач, позволяющих оценить степень сформированности соответствующих компетенций. На решение экзаменационного теста отводится два академических часа.

Пример теста для экзамена

1. В соответствии с Гарвардской школой в основе исследования отраслевых рынков лежит:
А) исследование проблем экономического выбора фирм, функционирующих в отрасли на основе микроэкономических моделей;
Б) исследование эффективности рынков и поведения присутствующих на них фирм;
В) исследование взаимосвязей между характеристиками отрасли и поведением функционирующих в отрасли фирм;
Г) исследование уровня концентрации продавцов на отраслевых рынках;
Д) нет правильного ответа.
2. Монопсония, ограниченная олигополией, это рыночная структура, в которой на рынке присутствуют:
А) один доминирующий покупатель и несколько мелких покупателей;
Б) один доминирующий продавец и несколько крупных покупателей;
В) несколько крупных продавцов и несколько крупных покупателей;
Г) один продавец и один покупатель;
Д) нет правильного ответа.
3. Функция предложения монополиста:
А) это зависимость между рыночной ценой и объемом предлагаемой на рынок продукции;
Б) совпадает с функцией предельных издержек;
В) совпадает с функцией средних издержек;
Г) нет правильного ответа.
4. В модели совершенной конкуренции для отдельного производителя возможно получение положительной экономической прибыли при условии, что
А) выручка покрывает постоянные затраты производителя;
Б) отрасль рассматривается в коротком периоде;
В) отрасль рассматривается в долгосрочном периоде;
Г) такая ситуация невозможна.
5. Коэффициент Бэйна выводится исходя из:
А) рыночной и восстановительной стоимости фирмы;
Б) показателя перекрестной эластичности спроса;
В) соотношения экономической прибыли и собственного капитала;
Г) показателя прямой эластичности спроса по цене и показателя ограниченности мощностей

конкурентов;
Д) нет правильного ответа.

6. Необходимость покупки лицензии на ведение деятельности монополистом приводит к:

- А) снижению выручки;
- Б) росту цены на продукцию;
- В) снижению объема выпускаемой продукции;
- Г) росту цены и снижению объема выпуска;
- Д) нет правильного ответа.

7. Снижение транспортных затрат в модели Хотеллинга означает:

- А) снижение потребительского спроса на данный вид товара;
- Б) увеличение потребительского спроса на данный вид товара;
- В) уменьшение дифференциации товара для потребителей;
- Г) увеличение приверженности потребителей к товару;
- Д) нет правильного ответа.

8. В модели Салопа увеличение барьеров входа и транспортных затрат приводит в долгосрочном плане к:

- А) росту числа фирм;
- Б) сокращению числа фирм;
- В) число фирм не изменится;
- Г) нет прямой связи.

9. Поглощения, в результате которых улучшается эффективность работы предприятия, называют:

- А) стяжательными поглощениями;
- Б) аллокативными поглощениями;
- В) управленческими поглощениями;
- Г) конгломератными поглощениями.

10. Ценовая дискриминация второй степени предполагает:

- А) межличностное и межперсональное различие цен спроса;
- Б) только межличностное различие цен спроса;
- В) только межперсональное различие цен спроса;
- Г) нет правильного ответа.

11. В условиях ценовой дискриминации выполняется следующее (Q_I , Q_{II} , Q_{III} – оптимальные для дискриминирующей фирмы объемы при соответствующих видах ценовой дискриминации):

- А) $Q_I < Q_{II} < Q_{III}$;
- Б) $Q_I > Q_{II} > Q_{III}$;
- В) $Q_I > Q_{II}$ и Q_{III} ;
- Г) $Q_I < Q_{II}$ и Q_{III} ;
- Д) $Q_{III} > Q_I$ и Q_{II} ;
- Е) $Q_{II} > Q_I$ и Q_{III} .

12. В модели Capital Assets Pricing Model показатель β отражает:

- А) норму доходности ценной бумаги;
- Б) норму доходности по безрисковым активам;
- В) риск инвестирования в ценную бумагу;
- Г) среднюю рыночную доходность;
- Д) нет правильного ответа.

13. В модели Шмалензи принимается гипотеза о том, что потребители совершают

пробную покупку, если:

- А) цена пробного товара ниже цены уже потребляемого товара;
- Б) потребительский излишек от пробной покупки превышает потребительский излишек от потребляемой продукции;
- В) риск того, что покупаемый продукт окажется неудовлетворительного качества, невелик;
- Г) потребитель в любом случае совершит пробную покупку товара;
- Д) нет правильного ответа.

14. В соответствии с теоремой Дорфмана-Штайнера оптимальная доля расходов на рекламу увеличивается при:

- А) росте эластичности спроса по расходам на рекламу и росте монопольной власти;
- Б) росте эластичности спроса по расходам на рекламу и снижении монопольной власти;
- В) снижении эластичности спроса по расходам на рекламу и росте монопольной власти;
- Г) снижении эластичности спроса по расходам на рекламу и снижении монопольной власти.

15. Малой фирме наиболее выгодно увеличивать расходы на рекламу при наличии в отрасли крупной фирмы, если:

- А) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
- Б) эффект расширения отрасли значителен, эффект поглощения конкурентов незначителен;
- В) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов значителен;
- Г) эффект расширения отрасли незначителен, эффект поглощения конкурентов незначителен.

16. Вытеснение с рынка высококачественных товаров низкокачественными обусловлено:

- А) феноменом недобросовестного поведения контрагента;
- Б) проблемой негативного отбора;
- В) иррациональностью потребителей;
- Г) А+Б+В.

17. Какой из ниже перечисленных факторов не способствует решению проблемы асимметрии информации:

- А) репутация фирмы;
- Б) гарантии на продукцию;
- В) высокие цены на продукцию;
- Г) расточительные расходы;
- Д) низкие входные цены.

18. Цены Рамсея для многопродуктового монополиста используются государством для:

- А) увеличения общественного благосостояния;
- Б) ограничения объемов выпускаемой продукции;
- В) выравнивания цен на различных рынках;
- Г) дотирования естественных монополий;
- Д) нет правильного ответа.

19. Монопольная власть в соответствии с коэффициентом Папандреу растет при:

- А) росте мощностей конкурентов и росте перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;
- Б) росте мощностей конкурентов и снижении перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;
- В) снижении мощностей конкурентов и снижении перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов;
- Г) снижении мощностей конкурентов и росте перекрестной эластичности спроса по ценам конкурентов.

20. Применение монополиями двуставочного тарифа вместо линейного ведет к:

- А) потере общественного благосостояния;

- Б) росту общественного благосостояния;
- В) общественное благосостояние не меняется;
- Г) нет правильного ответа.

21. Объем расходов на рекламу в условиях монополистической конкуренции:

- А) меньше оптимального;
- Б) больше оптимального;
- В) равен оптимальному;
- Г) может быть как выше, так и ниже оптимального.

22. При долгосрочном равновесии в модели монополистической конкуренции рыночная цена:

- А) равна предельным издержкам;
- Б) превышает средние издержки;
- В) равна средним издержкам;
- Г) равна предельной выручке;
- Д) нет правильного ответа.

23. В случае вертикальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):

- А) торговой марки;
- Б) упаковки;
- В) качества;
- Г) уровня цены;
- Д) уровня дохода;
- Е) удовлетворяемых вкусов.

24. В случае горизонтальной дифференциации продукции потребители могут различать продукцию исходя из (отметьте правильные варианты):

- А) торговой марки;
- Б) упаковки;
- В) качества;
- Г) уровня цены;
- Д) уровня дохода;
- Е) удовлетворяемых вкусов.

25. Пусть в отрасли функционирует 10 компаний со следующими рыночными долями (S_i):

$S_1 = 5\%$, $S_2 = 15\%$, $S_3 = 2\%$, $S_4 = 12\%$, $S_5 = 10\%$, $S_6 = 7\%$, $S_7 = 5\%$, $S_8 = 5\%$, $S_9 = 20\%$, $S_{10} = 19\%$. Рассчитайте индекс концентрации C_4 , C_8 .

26. Пусть в отрасли функционируют фирмы с идентичными кривыми общих издержек:

$TC(q) = 0,5 \cdot q^2 + 2 \cdot q + 1$. Если цена, установившаяся на продукцию в данной отрасли, составляет 10, а оптимальный объем выпуска – 50, чему будет равен коэффициент Лернера (привести расчеты и его значение)?

27. Пусть в отрасли присутствует 10 фирм, а показатель дисперсии рыночной доли составляет 0.01. Чему будет равен индекс Херфиндаля-Хиршмана?

28. При условии, что норма доходности по безрисковым активам равна 10%, среднерыночная норма доходности составляет 15%, а риск инвестирования в предприятия данной отрасли оценивается в 2.4 к среднерыночному риску, рассчитайте норму нормальной прибыли по в данной отрасли.

29. Пусть долгосрочные средние издержки имеют вид: $LATC(Q) = -100Q + Q^2 + 100$. Определите минимально эффективный выпуск.

30. Модель Акерлоффа. Пусть цена, по которой покупатели готовы купить качественный товар, составляет 100, а некачественный – 50. Продавцы же готовы продать качественный товар не менее чем за 60, а некачественный – 40. Определите долю качественных товаров, при которой будут проданы только некачественные товары.

31. На рынке действует 10 фирм с рыночной долей 10% каждая. Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана.

32. Пусть цены факторов производства составляют $P_K = 1$, $P_L = 1$, производственная функция определяется следующей зависимостью: $q = \sqrt{K \cdot L}$. Чему будут равны средние издержки фирмы?

2. Критерии оценки

- Ответ на экзаменационный билет считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы набрал 0-19 баллов.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы набрал 20-28 баллов.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент при ответе на вопросы набрал 29-34 баллов.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы набрал 35-40 баллов.

3. Шкала оценки

Тест включает 32 тестовых вопроса (24 закрытых и 8 открытых вопросов) по разным разделам курса. Каждый правильный ответ на закрытый тестовый вопрос дает 1 балл к сумме баллов за экзамен, правильное решение открытого тестового вопроса – 2 балла. Полученная сумма баллов максимально может составлять 40 баллов.

Экзамен считается сданным, если сумма баллов по всем заданиям билета составляет не менее 20 баллов (из 40 возможных).

В общей оценке по дисциплине экзаменационные баллы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Вопросы для подготовки к аттестации по дисциплине «Экономика отраслевых рынков»

1. Предмет и метод курса «Экономика отраслевых рынков». Современные теоретические школы, их методологические отличия.
2. Понятие отраслевой рынок. Определение границ рынка и отрасли. Классификация рынков и отраслей.
3. Показатели монопольной власти.
4. Монопольная власть. Экономическая прибыль и проблемы ее измерения.
5. Модели олигополистического взаимодействия фирм на рынке.
6. Дифференциация продукта, виды, влияние на структуру рынка, измерение степени дифференциации.
7. Модель монополистической конкуренции. Аллокальная неэффективность монополистической конкуренции, аргументация в пользу дифференциации продукции.
8. Модели горизонтальной дифференциации продукта. Модель Хотеллинга.
9. Модели горизонтальной дифференциации продукта. Модель Салопа.
10. Модель Ланкастера.
11. Меры концентрации производителей.
12. Слияния и поглощения предприятий, виды, стимулы, последствия.
13. Барьеры входа в отрасль.
14. Рынок доминирующей фирмы. Условия доминирования, ценовые стратегии доминирующей фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах.
15. Рынок доминирующей фирмы. Модель Форхаймера.
16. Инновации, их роль в производстве. Гипотеза Шумпетера.
17. Квазиренда инноватора. Выбор оптимальной схемы НИОКР.
18. Реклама и рыночные стратегии предприятий в условиях олигополии.
19. Зависимость оптимального уровня рекламы и рыночной структуры. Теорема Дорфмана-Штайнера.
20. Информативная реклама, ее роль в ценообразовании. Подход Стиглера.
21. Информативная реклама, ее роль в ценообразовании. Подход Нэльсона.
22. Информативная реклама, ее роль в ценообразовании. Подход Штайнера.
23. Проблемы, возникающие в связи с асимметричностью информации о качестве товара. Рынок «лимонов» Акерлофа.
24. Решение проблем асимметричности информации.
25. Ценовая дискриминация потребителей.
26. Двуставочный тариф и нелинейное ценообразование.
27. Отраслевая политика государства. Цели, задачи, типы и виды.
28. Естественные монополии. Основные методы государственного регулирования естественных монополий.
29. Антимонopolная политика государства.
30. Промышленная политика государства.
31. Контрактная концепция фирмы.
32. Неоклассическая концепция фирмы.
33. Стратегическая концепция фирмы.
34. Альтернативные цели фирмы. Проблема «Собственник-управляющий».
35. Модель фирмы О. Уильямсона.
36. Модель самоуправляющегося предприятия.
37. Модель индивидуального предпринимателя.

Паспорт контрольной работы

по дисциплине «Экономика отраслевых рынков», 6 семестр

1. Методика оценки

Контрольная работа выполняется в письменной (печатной) форме и должна содержать анализ заданного отраслевого рынка в соответствии с концепцией «Структура-Поведение-Результат». Контрольная работа выполняется студентом индивидуально. Тема: «Анализ отраслевого рынка на основе концепции «Структура-Поведение-Результат»

Конкретный отраслевой рынок выбирается студентом самостоятельно на основе номера в актуальном на начало семестра списке группы из приведенного списка видов продукции:

- 1) розничная торговля;
- 2) природный газ;
- 3) сотовая связь;
- 4) гражданские авиаперевозки;
- 5) гражданские авиалайнеры;
- 6) электроэнергия;
- 7) услуги по высшему образованию;
- 8) банковские депозиты физических лиц;
- 9) легковые автомобили;
- 10) стальной прокат;
- 11) нефть;
- 12) паи ПИФов;
- 13) аптечные сети;
- 14) потребительское кредитование;
- 15) нефтепродукты;
- 16) соки;
- 17) сотовые телефоны;
- 18) пиво;
- 19) вооружение;
- 20) зерно (мировой рынок);
- 21) грузовой автотранспорт;
- 22) стальной прокат (продукция черной металлургии);
- 23) цветные металлы (цветная металлургия);
- 24) страхование обязательной автогражданской ответственности;
- 25) добровольное автострахование;
- 26) уголь;
- 27) минеральная вода;
- 28) питьевая вода;
- 29) зубная паста;
- 30) газировка;
- 31) военные самолеты;
- 32) кредитования юридических лиц;

- 33) мороженое;
- 34) косметика (отдельный вид);
- 35) продукты питания (отдельный вид).

Допускается изменение (уточнение) рассматриваемого в контрольной работе отраслевого рынка при обязательном обосновании и согласовании этого изменения с преподавателем, иначе контрольная работа не принимается к защите. Смена отраслевого рынка должна определяться исходя из соображений доступности информации, собственного интереса автора или иных причин. В этой связи рекомендуется брать крупные региональные или национальные отраслевые рынки, на которых присутствуют крупные известные компании.

Этапы выполнения задания:

1. Определение границ отраслевого рынка с обязательным их обоснованием.
2. Сбор информации, характеризующей особенности организации и функционирования рассматриваемого отраслевого рынка и поведение действующих на нем компаний.
3. Анализ собранной информации на основе концепции «Структура-Поведение-Результат».
4. Сбор статистической информации, отражающей изменения показателей концентрации производства и результативности отраслевого рынка.
5. Анализ собранной статистической информации и получение выводов относительно динамики концентрации производства и результативности рассматриваемого отраслевого рынка.

Контрольная работа выполняется в виде творческой работы в соответствии с государственными стандартами оформления объемом 10-15 страниц формата А4 основного текста, шрифт Times New Roman, через 1,5 интервала, высота шрифта – 12-14 кегль. Работа включает такие обязательные разделы как титульный лист, оглавление, введение, основная часть, заключение, список использованных источников. Ссылки по тексту на источники обязательны.

2. Критерии оценки

Каждое задание контрольной работы оценивается в соответствии с приведенными ниже критериями.

Контрольная работа считается **невыполненной**, если не выполнены в полном объеме ни один из этапов выполнения работы, либо работа не соответствует теме. Оценка составляет **0-9** баллов.

Работа выполнена на **пороговом** уровне, если выполнены в полном объеме этапы 1-2. Оценка составляет 10-13 баллов.

Работа выполнена на **базовом** уровне, если выполнены в полном объеме этапы 1-3, частично этап 4. Оценка составляет 14-17 баллов.

Работа считается выполненной на **продвинутом** уровне, если полностью выполнены все этапы работы. Оценка составляет 18-20 баллов.

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине баллы за контрольную работу учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Пример варианта контрольной работы

Провести анализ отраслевого рынка розничной торговли на основе концепции

«Структура-Поведение-Результат».

Задачи контрольной работы:

- 1) определить границы отраслевого рынка (продуктовые, пространственные, временные, отраслевые);
- 2) охарактеризовать основные блоки парадигмы «Структура-Поведение-Результат» и взаимосвязи, возникающие между ними;
- 3) обосновать основные причинно-следственные связи (как пример: так как технологии производства характеризуются значительной капиталоемкостью, то в этой отрасли имеется небольшое число очень крупных по размеру фирм);
- 4) привести и проанализировать динамику показателей за последние 5 лет, характеризующих результативность и степень концентрации производства (индекс Херфиндаля-Хиршмана и Индекс концентрации для трех и пяти крупнейших фирм) отраслевого рынка;
- 5) сделать вывод относительно типа рыночной структуры, к которому относится данный отраслевой рынок, и динамике концентрации производства.

Этапы выполнения задания:

1. Определение границ отраслевого рынка с обязательным их обоснованием.
2. Сбор информации, характеризующей особенности организации и функционирования рассматриваемого отраслевого рынка и поведение действующих на нем компаний.
3. Анализ собранной информации на основе концепции «Структура-Поведение-Результат»
4. Сбор статистической информации, отражающей изменения показателей концентрации производства и результативности отраслевого рынка.
5. Анализ собранной статистической информации и получение выводов относительно динамики концентрации производства и результативности рассматриваемого отраслевого рынка.

ПРАВИЛА АТТЕСТАЦИИ СТУДЕНТОВ
по учебной дисциплине
Экономика отраслевых рынков

Для аттестации студентов по дисциплине используется балльно-рейтинговая система. Рейтинг студента по дисциплине определяется как сумма баллов за работу в семестре (текущий рейтинг) и баллов, полученных в результате итоговой аттестации (экзамен).

В таблице приведено максимальное количество баллов, которое может набрать студент по видам учебной деятельности в течение семестра и диапазоны баллов, соответствующие минимальному и максимальному количеству баллов. Максимальная сумма баллов за семестр составляет 100 баллов (текущий рейтинг – 60 баллов, итоговая аттестация – 40 баллов).

Правила текущей аттестации:

1. В течение семестра необходимо выполнить 1 контрольную работу в сроки, установленные учебным графиком: задание на контрольную работу приведено в ФОС (см. таблицу 1).
2. В течение семестра оценивается работа на практических занятиях: выступление с докладами, участие в дискуссиях, решение задач, выполнение проверочных заданий (см. таблицу 1).

Правила итоговой аттестации:

1. К экзамену допускаются студенты, выполнившие все задания, и набравшие не менее 30 баллов по результатам текущего рейтинга.
2. Если по итогам текущей аттестации студент набрал от 20 до 29 баллов, то он может быть допущен к экзамену, если выполнит все предусмотренные программой виды работ в семестре и наберет количество баллов, не ниже минимально допустимого.
3. Если по итогам текущей аттестации студент набрал меньше 20 баллов, то в текущем семестре к экзамену не допускается.
4. Экзамен проводится в письменной форме в виде ответов на 33 тестовых вопроса (25 закрытых и 8 открытых), вопросы к экзамену и примеры экзаменационных билетов приведены в ФОС).
5. Экзамен считается сданным, если средняя сумма баллов составляет не менее 20 баллов.
6. Экзаменационное задание считается выполненным неудовлетворительно, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, оценка составляет 0-19 баллов.
7. Экзаменационное задание считается выполненным на пороговом уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать некоторые причинно-следственные связи явлений, оценка составляет 20-29 баллов.
8. Экзаменационное задание считается выполненным на базовом уровне, если студент при ответе на вопросы формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов, оценка составляет 30-34 баллов.
9. Экзаменационное задание считается выполненным на продвинутом уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, оценка составляет 35-40 баллов.

Таблица 1

Оценка работы студента в течение семестра

№п/п	Вид учебной работы	Количество баллов		Срок представления работы (неделя семестра)
		максимальное	Диапазон	
1.	Контрольная работа *	20	10–20	12
2.	Работа на практических занятиях	40	20–40	В течение семестра
Итого по текущему рейтингу:		60	30– 60	В течение семестра
4.	Экзамен	40	20 –40	
Итого за семестр		100	0–49 (неудовл.) 50-72 (удовл.) 73-86 (хор.) 87-100 (отл.)	

* При сдаче контрольных работ и заданий сверх основной программы позже срока применяется коэффициент 0,8.

Таблица 2

Соответствие оценок БРС

Характеристика работы студента	Диапазон баллов, всего		Оценка по ECTS	Традиционная шкала оценки
				экзамен
отлично	98	100	A+	отлично
	93	97	A	
	90	92	A-	
очень хорошо	87	89	B+	хорошо
	83	86	B	
	80	82	B-	
хорошо	77	79	C+	удовлетворительно
	73	76	C	
	70	72	C-	
удовлетворительно	67	69	D+	удовлетворительно
	63	66	D	
	60	62	D-	
посредственно	50	59	E	неудовлетворительно
неудовлетворительно с возможностью пересдачи	25	49	FX	
неудовлетворительно без возможности пересдачи	0	24	F	