

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Современные модели рыночных структур

Код модуля
1157561(0)

Модуль
Прикладной анализ рынков

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Валей Азамат Маратович	кандидат наук, без ученого звания	Доцент	экономики

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- **Валей Азамат Маратович, Доцент, экономики**

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Современные модели рыночных структур**

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Исследовательская работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Современные модели рыночных структур**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-17 -Способен выявлять бизнес-проблемы и потребности компаний, отрасли, региона, страны на основе анализа текущих экономических процессов и явлений (Прикладная экономика и финансы)	З-1 - Знать основные концептуальные теории, понятия и классификации экономических агентов, их потребностей, виды и классификации источников финансирования, экономическую сущность, признаки и характер инноваций; П-1 - Владеть основными методами анализа эффективности деятельности экономических агентов и определения бизнес-проблем У-1 - Уметь выявлять проблемы и потребности экономических агентов, разрабатывать стратегии решения бизнес-	Исследовательская работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

	проблем и анализировать эффективность стратегий	
ПК-18 -Способен обобщать, систематизировать и оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, на основе этого проводить самостоятельные экономические исследования	<p>З-1 - Знать методику сбора и анализа, систематизации и обработки данных по научным и прикладным исследованиям</p> <p>З-2 - Знать основные понятия и инструментарий экономической теории</p> <p>З-3 - Знать особенности методов экспериментальной экономики, эмпирического анализа, теоретического анализа</p> <p>З-4 - Знать общие принципы разработки и проведения экспериментов и исследований</p> <p>П-1 - Владеть методами анализа и прогнозирования на основе изученных моделей и эмпирических исследований</p> <p>П-2 - Владеть навыками работы с научной литературой, организации научного исследования</p> <p>П-3 - Владеть навыками грамотной устной и письменной речи, способностями</p> <p>П-4 - Владеть навыками самостоятельной работы и самоорганизации</p> <p>У-1 - Уметь оценивать полученную в результате анализа информацию и содержательно интерпретировать полученные результаты на базе своих профессиональных представлений и навыков</p> <p>У-2 - Уметь самостоятельно проводить лабораторные эксперименты, эмпирические исследования</p> <p>У-3 - Уметь оценивать и интерпретировать результаты эмпирических исследований</p> <p>У-4 - Уметь использовать источники экономической, социальной, управленческой информации</p>	<p>Исследовательская работа</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Экзамен</p>

--	--	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.7		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	8	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.3		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>исследовательская работа</i>	15	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристи ка уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворитель но (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Ценообразование в монополии
2. Пакетирование и связанные продажи
3. Товары длительного потребления и межвременная ценовая дискриминация
4. Основные модели олигополии: Курно, Штакельберг, Бертран, ценовое лидерство.
5. Убеждающая, информативная и комплементарная реклама. Модель Дорфмана-Штайнера. Влияние рекламы на общественное благосостояние.
6. Двусторонние рынки
7. Модели спилловеров, кооперации и гонки патентов.

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Рыночные структуры и их характеристики
2. Ценообразование в монополии
3. Пакетирование и связанные продажи
4. Товары длительного потребления и межвременная ценовая дискриминация
5. Олигополия и стратегическое взаимодействие

Примерные задания

Задача 1: Многопродуктовый монополист

Некоторое домохозяйство потребляет только товары x и y . Уровень удовлетворения домохозяйства определяется квадратичной функцией полезности:

$$U(x, y) = a(x + y) - 0.5(x^2 + 2bxy + y^2), \quad \text{где } b \in (-1, 1).$$

Средние издержки производства каждой единицы товаров x и y постоянны и равны c , $c < a$.

- 1) Домохозяйство получает максимум полезности, если предельная полезность блага равна его цене. Найдите обратные функции спроса на товары x и y , если цены соответственно равны p_x и p_y .
- 2) Как связаны между собой в потреблении товары x и y ? Как комплементарность и взаимозаменяемость благ зависит от параметра b ?
- 3) Представим, что товары x и y производят две разные фирмы, которые ведут себя как монополисты. Найдите равновесные цены на товары, их объемы производства и прибыли фирм.
- 4) Теперь предположим, что две фирмы объединились в одну компанию, которая ведет себя как многопродуктовый монополист. Определите, какие цены назначит фирма на товары x и y , объемы продаж и прибыль.
- 5) Парно сравните цены в пунктах (3) и (4). Покажите, как соотносятся цены на товары в случае, если x и y являются субститутами? Как соотносятся цены на товары в случае, если x и y являются комплементариями?
- 6) Объясните, почему объединенная фирма будет назначать более высокие цены на субституты и более низкие цены на комплементарии (в сравнении с пунктом (3) задачи).

Задача 2: Пакетирование и связанные продажи

Телекоммуникационная компания Гигатех занимается продажами смартфонов и сим-карт (годовой контракт на услуги сотовой связи). Компания закупает смартфоны у производителя по цене 170 долларов, а предельные издержки каждой сим-карты равны нулю. Проанализировав рынок, Гигатех определил четыре основных типа своих клиентов. В таблице ниже представлены резервные цены покупателей, каждый из которых желает приобрести не более 1 штуки каждого товара:

Тип клиентов	Резервная цена на смартфоны, доллары	Резервная цена на сим-карты, доллары
A	205	10
B	210	15
C	180	25
D	190	40

Компания Гигатех стоит перед выбором, как продавать смартфоны и сим-карты: отдельно, в пакете или привязать сим-карту к покупке смартфона.

При ответе на задания руководствуйтесь следующими замечаниями: 1) выигрыш покупателя равен разнице между резервной ценой и ценой товара; 2) покупатель, который ничего не покупает, получает выигрыш 0; 3) если выигрыш от покупки равен нулю, то клиент покупает товар; 4) если выигрыш от покупки набора из двух товаров равен выигрышу от покупки только одного товара, то покупатель покупает набор; 5) резервная цена набора равна сумме резервных цен смартфона и сим-карты.

- 1) Допустим, компания Гигатех решает продавать смартфоны и сим-карты отдельно. Какие цены она назначит на каждый товар? Какие потребители что приобретут в этом случае? Какова прибыль компании?
- 2) Предположим, компания Гигатех решает продавать смартфон и сим-карту только вместе в виде пакетного предложения. Какую цену на пакет назначит компания и кто станет его приобретать? Какова прибыль компании?
- 3) Теперь допустим, что Гигатех решает привязать сим-карту к покупке смартфона, т.е. клиент может приобрести смартфон только с сим-картой, но при этом можно свободно купить только сим-карту. Какую цену Гигатех назначит на набор и по какой цене будет продавать сим-карту? Кто будет приобретать набор, а кто только сим-карту? Какова прибыль компании при такой ценовой политике? [Подсказка: фирма никогда не назначит цену на набор ниже 205 дол. и выше 230 дол.]
- 4) Объясните, почему пакетирование и связанные продажи выгодны фирмам и чем опасна такая практика для конкуренции?

Задача 3. Товар длительного потребления

Рассмотрим некоторый рынок, на котором работает монополист. Он производит товар длительного потребления, который может потребляться в течение 2 периодов (с течением времени качество товара не изменяется). На данном рынке есть два потребителя – А и В, которые живут те же самые два периода.

Потребители не одинаковы: полезность, которую получает потребитель А за один период пользования товаром, равна V_A ; потребитель В получает за каждый период полезность равную V_B , причем $V_A > 2 \cdot V_B > 0$. Если потребитель приобретает товар в первом периоде, то он пользуется им и во втором периоде; если потребитель приобретает товар во втором периоде, то он может им пользоваться только во втором периоде. Выигрыш каждого потребителя определяется как общая полезность от потребления товара минус цена товара. Издержки монополиста на производство товара равны нулю. Дисконтирования по времени нет (если вы не знаете, что такое дисконтирование, это не повлияет на решение задачи).

(а) Иногда производители товаров длительного потребления не продают свои товары, а сдают их в аренду. В таком случае потребители арендуют товар каждый период и платят за пользование товара в каждом периоде. При какой единой арендной ставке монополист получает максимальную общую прибыль за оба периода? Какое количество покупателей будут арендовать товар?

(б) Допустим, монополист решает не сдавать в аренду, а продавать товар. При этом он может назначать разные цены в разных периодах. Какие цены должен назначить монополист, чтобы получить максимальную общую прибыль за оба периода? Как распределятся покупки покупателей по двум периодам? [Если потребителю без разницы покупать товар или нет, он выберет покупку.]

Задача 4. Нелинейное ценообразование

Парк развлечений «Страна чудес» предлагает посетителям поездки на различных аттракционах. Парк является монополистом и поэтому имеет возможность выбирать любую ценовую политику по своему усмотрению. Маркетинговые исследования показали, что все посетители могут быть поделены на две *равные* группы (в этом случае можно допустить, что количество потребителей в каждой группе равно единице). Типичный представитель первой группы имеет функцию спроса $q_1 = 100 - 10p$, а типичный представитель второй группы $q_2 = 80 - 10p$, где q – это количество поездок на аттракционах в год, а p – стоимость одной поездки в евро. Предельные издержки одной поездки на аттракционе постоянны и равны 4 евро, постоянные издержки равны 0.

Руководство парка рассматривает различные варианты ценообразования и желает получить максимальную прибыль. Руководство парка может без труда различать посетителей из разных групп.

- 1) Допустим, парк решил поштучно продавать каждую поездку на аттракционе. Какие цены p_1 и p_2 назначит парк для разных типов посетителей? Какую прибыль получит парк?
- 2) Парк решил, что потребители теперь должны платить не только за каждую поездку на аттракционе, но еще и купить входной билет. Этот входной билет покупается раз в год и дает возможность целый год посещать парк. Допустим, парк решает продавать все поездки на аттракционах по себестоимости (то есть по 4 евро). Какую плату T за входной билет должен назначить парк, чтобы получить максимальную прибыль? Какую прибыль получит парк в этом случае? [Подсказка: за входной билет потребитель готов заплатить сумму, не превышающую размер его потребительского излишка.]
- 3) Руководство парка думает, что не стоит продавать поездки на аттракционах по себестоимости. Необходимо найти такую единую цену p и такую стоимость входного билета T , чтобы получить максимальную прибыль. Найдите эту прибыль.
- 4) Жадный директор парка решил, что может дискриминировать посетителей не только по цене, но и по стоимости входного билета. Какие цены p_1 и p_2 нужно назначить на поездки и сколько должны стоить входные билеты T_1 и T_2 при такой ценовой политике? Найдите соответствующую прибыль.
- 5) Какой вариант ценообразования является самым прибыльным? Почему?

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Исследовательская работа

Примерный перечень тем

1. Пакетирование и связанные продажи на рынке телекома
2. Измерение барьеров входа, уровня концентрации и неоднородности на отраслевых рынках
3. Нелинейное образование на рынке услуг
4. Ценообразование, основанное на истории покупок потребителей.
5. Формирование спроса на двусторонних рынках
6. Ценообразование на инновационный товар.

Примерные задания

- 1) Выберете одну отрасль (или рынок), которая вам кажется наиболее интересной с точки зрения анализа. Объясните, почему она вам интересна. Определите границы выбранного рынка (городской, региональной, страновой, мировой). Объясните, почему вы выбрали именно такие границы для своего анализа.

2) Подробно опишите данную отрасль, используя парадигму Basic conditions – Market structure – Conduct – Performance – Government Policy. Помимо всех пунктов в схеме уделите особое внимание следующим категориям:

- Уровень конкуренции: количество фирм в отрасли, уровень рыночной концентрации, степень неоднородности, уровень рыночной власти. Соберите необходимые статистические данные по данной отрасли и вычислите соответствующие индексы: CR(3), CR(4), НИИ, R/НТ, энтропия, относительная энтропия, дисперсия рыночных долей, Джини, индекс Тобина, Лернера и т.п. Объясните их значения.

- Наличие барьеров входа/выхода. Подробно их опишите

- Природа товара/услуги: дифференциация (горизонтальная/вертикальная), товар длительного потребления или однократного, товар поиска или скрытой полезности, наличие сетевых эффектов и т.п.

- Особенности спроса

- Отличительные свойства технологии, структуры издержек и используемых ресурсов.

Их особенности, которые отличают данную отрасль от других

3) Особенности рекламной и инновационной политики фирм в данной отрасли. Если имеются данные по расходам на рекламу и R&D, подсчитайте их интенсивность (доля соответствующих расходов в общей выручке).

4) Особенности ценообразования

5) Каким образом фирмы получают или увеличивают свою рыночную власть на данном рынке? Какие антиконкурентные практики имеют место?

6) Каким образом государство регулирует деятельность фирм на данном рынке? Имеются ли особенности налогообложения, поддержки (субсидии или другие программы господдержки)? Практикуется ли лицензирование деятельности, сертификация, зонирование или др.?

7) Особенности антимонопольного регулирования на этом рынке. Были ли в истории громкие судебные дела или расследования, связанные с антиконкурентным поведением фирм в данной отрасли? Опишите основные выводы.

8) Какие основные исследовательские вопросы ставятся в научной литературе, которая изучает данный рынок? Сформулируйте основные выводы по этим вопросам.

9) Если бы перед вами стояла задача смоделировать данный рынок, как бы вы это сделали?

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Понятие платформы и двусторонних рынков. Сетевой эффект и его виды.

2. Конкуренция и ценообразование на многосторонних рынках.

3. Влияние инноваций и НИОКР на рыночную власть. Стимулы фирм для НИОКР в различных рыночных структурах.

4. Защита прав интеллектуальной собственности. Оптимальный патент: длительность и широта.

5. Виды рекламы: убеждающая, информативная и комплементарная.
 6. Влияние рекламы на конкуренцию и ценообразование
 7. Влияние рекламы на общественное благосостояние
 8. Ценообразование на рынке товара длительно потребления
 9. Продуктовая ценовая дискриминация. Нелинейное ценообразование
 10. Ценообразование многопродуктовой фирмы
 11. Издержки переключения и замыкание потребителя
 12. Стратегия повышения издержек конкурента. Блокирование и сдерживание входа
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология анализа образовательных задач	ПК-18	У-3	Исследовательская работа