

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

_____ А.П. Мешкова

«27» июня 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой экономической
теории

_____ Е.О. Вострикова

«30» июня 2023 г., протокол №12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ. ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ (НА
АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)**

Составитель(и)

**Марикян Е.А., ассистент кафедры
экономической теории**

Направление подготовки /
специальность

38.05.01 «Экономическая безопасность»

Направленность (профиль) ОПОП

Квалификация (степень)

специалист

Форма обучения

заочная

Год приёма

2021

Курс

3

Семестр(ы)

5-6

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Целями освоения дисциплины (модуля) «Теория отраслевых рынков. Практическое приложение (на английском языке)» являются:

- помощь в овладении современного экономического языка и в самостоятельном ориентировании в сложных проблемах формирования и трансформации рыночных структур,
 - дать доступное, но вместе с тем достаточно подробное изложение основных проблем и методов анализа отраслевых структур и поведения фирм; развить навыки и способности студентов к применению современных теоретических и эмпирических моделей для решения конкретных экономических проблем; освоить экономический подход к изучению и анализу конкретных прикладных экономических задач, таких как оценка степени вертикальной интегрированности отрасли, наличие ценового сговора, черт естественной монополии и т.д.

1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля): «Теория отраслевых рынков. Практическое приложение (на английском языке)»

- дать теоретические знания об экономических основах теории отраслевых рынков;
 - ознакомить с основными моделями поведения фирм в условиях различных рыночных структур;
 - дать прикладные знания в области принятия фирмой экономических решений для разных типов рыночных структур;
 - научить формам и методам экономического анализа применительно к исследованию рыночных структур, функционированию отраслей;
 - сформировать навыки самостоятельного и творческого использования полученных знаний в практической деятельности специалиста.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Теория отраслевых рынков. Практическое приложение (на английском языке)» относится к элективным дисциплинам и осваивается в 5 и 6 семестрах.

В дальнейшем знания, полученные при изучении дисциплины, могут быть также использованы при изучении экономики труда, социальной политике, экономике отдельных отраслей (например, образования, здравоохранения, науки и др.), государственного регулирования отдельных отраслей и др.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения, навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами (модулями):

- Микроэкономика-2

Знания: закономерностей функционирования современной экономики на микро-и макроуровне; основных результатов новейших исследований, опубликованные в ведущих профессиональных журналах по проблемам микро-и макроэкономики;

Умения: применять современный математический инструментарий для решения содержательных экономических задач;

Навыки: самостоятельной исследовательской работы

2.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной (модулем):

- Институциональная экономика
- Специальные курсы по выбору

- Экономика региона

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

а) общекультурной (ОК) – ОК-7, ОК-11

Таблица 1 – Декомпозиция результатов обучения

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
	Знать	Уметь	Владеть
ОК-7 способность к логическому мышлению, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, вести полемику и дискуссии	Принципы построения устной и письменной речи	Построить верно, точно, грамматически правильно устную и письменную речь	Навыками построения устной и письменной речи
ОК-11 способность к деловому общению, профессиональной коммуникации на одном из иностранных языков	Принципы делового общения	Построить верно деловое общение на иностранном языке	Навыками иностранного языка для делового общения

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объём дисциплины (модуля) составляет 6 зачётных единиц, в том числе 12 часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и 204 часа – на самостоятельную работу обучающихся.

Таблица 2 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самост. работа		Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
		Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
The Welfare Economics of Market Power.	5		2			14	Дискуссия
Theory of the Firm.						14	Дискуссия, эссе
Market Power and Dominant Firms.			2			14	Дискуссия, эссе
Non-Linear Pricing and Price Discrimination						14	Дискуссия, эссе, рейтинговая

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самост. работа		Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
		Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
							контрольная работа No1
Market Power and Product Quality						14	Дискуссия
Game Theory (Static games)						16	Дискуссия
Classic Models of Oligopoly			2			16	Дискуссия, эссе, рейтинговая контрольная работа No2
ИТОГО							ЗАЧЕТ
Game Theory (Extensive Forms)	6		2			14	Дискуссия
Dynamic Models of Oligopoly						14	Дискуссия, эссе
Product Differentiation			2			14	Дискуссия, эссе рейтинговая контрольная работа No3
An Introduction to Strategic Behavior						14	Дискуссия, устный коллоквиум
Entry Deterrence						14	Дискуссия, устный коллоквиум
Strategic Behavior: Principle						16	Дискуссия, устный коллоквиум
Strategic Behavior: Application			2			16	Дискуссия, эссе, устный коллоквиум
Итого			12			102	Диф. зачёт (зачёт с оценкой)

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа.

Таблица 3 – Матрица соотношения разделов, тем учебной дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции		Общее количество компетенций
		ОК-7	ОК-11	
The Welfare Economics of Market Power	16	+		1

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции		Общее количество компетенций
		ОК-7	ОК-11	
Theory of the Firm	14	+	+	2
Market Power and Dominant Firms	16	+	+	2
Non-Linear Pricing and Price Discrimination	14	+	+	2
Market Power and Product Quality	14	+		1
Game Theory (Static games)	16	+		1
Classic Models of Oligopoly	18	+	+	2
Game Theory (Extensive Forms)	16	+		1
Dynamic Models of Oligopoly	14	+	+	2
Product Differentiation	16	+	+	2
An Introduction to Strategic Behavior	14	+		1
Entry Deterrence	14	+		1
Strategic Behavior: Principle	16	+		1
Strategic Behavior: Application	18	+	+	2
Итого	216			

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

1. The Welfare Economics of Market Power

Profit Maximization. Perfect Competition. Supply. Market Equilibrium. Efficiency. Measures of Gains from Trade. Pareto Optimality. Market Power. Market Power and Pricing. Measurement and Determinants of Market Power. The Determinants of Deadweight Loss.

2. Theory of the Firm Neoclassical Theory of the Firm.

Why Do Firms Exist. Limits to Firm Size. Do Firms Profit Maximize?

3. Market Power and Dominant Firms

Sources of Market Power. Government Restrictions on Entry. Structural Characteristics . Strategic Behavior by Incumbents. A Dominant Firm with a Competitive Fringe. Durable Goods Monopoly. The Coase Conjecture. Pacman Economics. Market Power: A Second Look. Benefits of Monopoly.

4. Non-Linear Pricing and Price Discrimination

Mechanisms for Capturing Surplus. Market Power and Arbitrage: Necessary Conditions for Price Discrimination. Types of Price Discrimination. Antitrust Treatment of Price Discrimination.

5. Market Power and Product Quality

Search Goods. Monopoly Provision of Quality. Quality Discrimination. Experience Goods and Quality. Moral Hazard and the Provision of Quality. The Lemons Problem. Signaling High Quality. A Dynamic Model of Reputation for Quality. Advertising as a Signal of Quality. Warranties.

6. Game Theory (Static games)

Foundations and principles. the basic elements of a game. Types of games. Equilibrium concepts. Static games of complete information. Normal form representation dominant and dominated strategies. Rationalizable strategies. Nash equilibrium. Mixed strategies.

7. Classic Models of Oligopoly

Static Oligopoly Models. Cournot. Cournot Best-Response Functions and Residual Demand Functions. Properties of the Cournot Equilibrium. Free-Entry Cournot Equilibrium. The Efficient Number of Competitors. Bertrand Competition. The Bertrand Paradox. Product Differentiation. Capacity Constraints. Cournot vs. Bertrand.

8. Game Theory (Extensive Forms)

Extensive forms. Strategies vs. actions and Nash equilibria. Noncredible threats. Subgame Perfect Nash Equilibrium. The Centipede game. Two-Stage games.

9. Dynamic Models of Oligopoly

Reaching an agreement. Profitability of collusion. Factors that complicate reaching an agreement. Dynamic games. Credible punishments and subgame perfection: finite games. Super games. Factors that influence the sustainability of collusion. Facilitating practices. Antitrust and collusion.

10. Product Differentiation

Monopolistic competition: equilibrium. Bias in product selection. Asymmetric preferences. Address models. A simple address model: Hotelling's Linear City. Free entry into the linear city. Localized competition. Efficiency of the market equilibrium. Strategic behavior.

11. An Introduction to Strategic Behavior

Strategic behavior. Strategic vs. tactical choices. The Stackelberg game. Stackelberg equilibrium. Entry deterrence. Constant returns to scale. Economies of scale. Introduction to entry games.

12. Entry Deterrence

The role of investment in entry deterrence. Dixit's model of entry deterrence. Strategic investment and monopolization. Contestable markets. Entry barriers

13. Strategic Behavior: Principle

Two-Stage games. Strategic accommodation. Strategic entry deterrence. The welfare effects of strategic competition.

14. Strategic Behavior: Application

Learning by doing. Switching costs. Vertical separation. Tying. Strategic trade policy. Managerial incentives. Research and development.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

Методы проведения практических занятий: обсуждение дискуссионных вопросов, решение практикующих упражнений и задач (простых и сложных заданий), обсуждение и решение практических конкретных и аналитических ситуаций – кейсов, консультации по темам курса, обсуждение и проверка домашних заданий.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Таблица 4 – Содержание самостоятельной работы обучающихся

Темы/вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
Profit maximization. Perfect competition. Efficiency. Market power.	14	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии.
Neoclassical theory of the firm. Institutional theory of the firm.	14	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии. Эссе.
Sources of market power. A dominant firm with a competitive fringe. X-inefficiency. Rent seeking. Benefits of monopoly.	14	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии. Эссе.
Non-Linear pricing and price discrimination. Mechanisms for capturing surplus. Market power and arbitrage: necessary conditions for price discrimination. Types of price discrimination.	14	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии. Эссе.
Search goods. Experience goods and quality. Signaling high quality.	14	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии.
Rationalizable strategies. Nash equilibrium. Mixed strategies.	16	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии.
Static oligopoly models. Cournot. Bertrand competition. The Bertrand paradox. Product differentiation. Cournot vs. Bertrand	16	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии. Эссе.
Extensive forms. Strategies vs. actions and Nash equilibria. Noncredible threats. Subgame Perfect Nash Equilibrium. The Centipede game. Two-Stage games.	14	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии.
Reaching an agreement. Profitability of collusion. Factors that complicate reaching an agreement. Dynamic games. Credible punishments and subgame perfection: finite games. Supergames. Factors that influence the sustainability of collusion. Facilitating practices. Antitrust and collusion.	14	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии. Эссе.
Monopolistic competition: equilibrium. Bias in product selection. Asymmetric preferences. Address models. A simple address model: Hotelling's Linear City. Free entry into the linear city. Localized competition. Efficiency of the market equilibrium. Strategic behavior.	14	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии. Эссе.
Strategic behavior. Strategic vs. tactical choices. The Stackelberg game. Stackelberg equilibrium. Entry deterrence. Constant returns to scale. Economies of scale. Introduction to	14	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии. Подготовка к

entry games.		коллоквиуму.
The role of investment in entry deterrence. Dixit's model of entry deterrence. Strategic investment and monopolization. Contestable markets. Entry barriers	14	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии. Подготовка к коллоквиуму.
Two-Stage games. Strategic accommodation. Strategic entry deterrence. The welfare effects of strategic competition.	16	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии. Подготовка к рейтинговой контрольной работе. Подготовка к коллоквиуму.
Learning by doing. Switching costs. Vertical separation. Tying. Strategic trade policy. Managerial incentives. Research and development.	16	Работа с учебно-научной и справочной литературой. Подготовка к групповой дискуссии. Подготовка к проектной работе. Подготовка к коллоквиуму.

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины (модуля), выполняемые обучающимися самостоятельно

При подготовке к каждому семинарскому занятию студент должен ответить задания, которые позволяют студентам применить полученные теоретические знания для анализа и обобщения пройденного теоретического материала. После окончания изучения соответствующего модуля похожие задачи, разобранные на семинарских занятиях, будут представлены в самостоятельных и контрольных работах.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Теория отраслевых рынков. Практическое приложение (на английском языке)» предполагает: ознакомление с текстами научных работ, аналитических исследований с целью последующего обсуждения в рамках групповых дискуссий на семинарских занятиях, углубленное изучение тем учебной программы. Проверка выполнения заданий осуществляется как на семинарских занятиях в форме устных выступлений и их обсуждения, так и с помощью письменной контрольной работы.

Самостоятельная работа студентов подразумевает, в том числе и работу под руководством преподавателей (консультации), а также индивидуальную работу студентов.

Дополнительными формами самостоятельной работы являются групповые и индивидуальные задания. Они способствуют овладению практическими навыками по темам дисциплины. Контроль осуществляется на практическом занятии в форме устного опроса, дискуссии, выполнения письменной контрольной работы, теста и т.д.

Самостоятельная работа студентов, направленная на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений, включает в себя:

- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса,

- выполнение домашних заданий,
- перевод текстов с иностранных языков,
- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку,
- подготовку к практическим занятиям,
- написание эссе,
- подготовку к зачетной работе.

Контроль самостоятельной работы осуществляется в виде:

- проверки выполнения контрольных работ,

- устных опросов,
- анализа выполнения самостоятельных домашних заданий.

Также самостоятельная работа предполагает написание эссе по выбранной теме. Цель эссе – краткая самостоятельная работа по конкретной тематике с использованием лекционного материала, основной и дополнительной литературы (в том числе найденной и подобранной индивидуально, не включенной в список источников данного практикума), приобретение тем самым определенного навыка в обобщении и изложении материала по заданным направлениям. В общем случае эссе складывается из реферирования, т.е. умения выделить и кратко изложить основные положения всей темы; из аннотирования, т.е. умения лаконично передать содержание с элементами анализа и критической оценки прочитанной литературы; и из рецензирования, т.е. умения составить отзыв, выразить свое отношение, дать аргументированное суждение по поводу прочитанного и изложенного материала.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
The Welfare Economics of Market Power	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Theory of the Firm	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Market Power and Dominant Firms	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Non-Linear Pricing and Price Discrimination	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Market Power and Product Quality	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Game Theory (Static games)	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных	Не предусмотрено

		ситуаций	
Classic Models of Oligopoly	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Game Theory (Extensive Forms)	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Dynamic Models of Oligopoly	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Product Differentiation	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
An Introduction to Strategic Behavior	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Entry Deterrence	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Strategic Behavior: Principle	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено
Strategic Behavior: Application	Не предусмотрено	Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование возможностей интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление обучающихся с оценками и т. д.));
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронных библиотек, журналов и т. д.) как источников информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т. д.);

– использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т. е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);

– использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров.

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС»

<http://dlib.eastview.com>

Имя пользователя: AstrGU

Пароль: AstrGU

- Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов

www.polpred.com

- Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем»

<https://library.asu.edu.ru/catalog/>

- Электронный каталог «Научные журналы АГУ»

<https://journal.asu.edu.ru/>

- Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек.

<http://mars.arbicon.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Теория отраслевых рынков. Практическое приложение (на английском языке)» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6 – Соответствие разделов, тем дисциплины (модуля), результатов обучения по дисциплине (модулю) и оценочных средств

Контролируемый раздел, тема дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
The Welfare Economics of Market Power	ОК-7	Дискуссия
Theory of the Firm	ОК-7, ОК-11	Дискуссия, эссе
Market Power and Dominant Firms	ОК-7, ОК-11	Дискуссия, эссе
Non-Linear Pricing and Price Discrimination	ОК-7, П ОК-11К-7	Дискуссия, эссе
Market Power and Product Quality	ОК-7	Дискуссия
Game Theory (Static games)	ОК-7	Дискуссия
Classic Models of Oligopoly	ОК-7, ОК-11	Дискуссия, эссе
Game Theory (Extensive Forms)	ОК-7	Дискуссия
Dynamic Models of Oligopoly	ОК-7, ОК-11	Дискуссия, эссе
Product Differentiation	ОК-7, ОК-11	Дискуссия, эссе
An Introduction to Strategic Behavior	ОК-7	Дискуссия
Entry Deterrence	ОК-7	Дискуссия
Strategic Behavior: Principle	ОК-7	Дискуссия
Strategic Behavior: Application	ОК-7, ОК-11	Дискуссия, эссе

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7 – Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«хорошо»	изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8 – Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

Критерии оценивания дискуссии:

– «отлично» – студент активно участвует в учебной дискуссии, правильно отвечает на поставленные вопросы, умеет оценивать факты, самостоятельно рассуждает, отличается способностью обосновать выводы и разъяснять их в логической последовательности;

– «хорошо» – студент активно участвует в учебной дискуссии, допускает незначительные ошибки при ответе на поставленные вопросы, умеет оценивать факты, самостоятельно рассуждает, отличается способностью обосновать выводы и разъяснять их в логической последовательности, но допускает отдельные неточности;

– «удовлетворительно» – студент не проявляет активности в дискуссии, допускает многочисленные ошибки при ответе на поставленные вопросы, не может теоретически обосновать некоторые выводы, в рассуждениях допускаются серьезные ошибки.

– «неудовлетворительно» – студент не участвует в дискуссии, не может правильно ответить на поставленные вопросы, отсутствует или имеется лишь частичное представление о теме, в рассуждениях допускаются серьезные ошибки.

Критерии оценивания эссе

- «Отлично»:

- 1) во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, выполнена задача заинтересовать читателя;
- 2) прослеживается четкое деление текста на введение, основную часть и заключение;
- 3) в основной части логично, связно и полно доказывается выдвинутый тезис;
- 4) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части;
- 5) правильно (уместно и достаточно) используются разнообразные средства связи;
- 6) демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены.

- «Хорошо»:

- 1) во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, в известной мере выполнена задача заинтересовать читателя;
- 2) в основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис;
- 3) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части;
- 4) уместно используются разнообразные средства связи.

- «удовлетворительно»:

- 1) во введении тезис сформулирован нечетко или не вполне соответствует теме эссе;
- 2) в основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и последовательно;

- 3) выводы не полностью соответствуют содержанию основной части;
- 4) недостаточно или, наоборот, избыточно используются средства связи;
- 5) язык работы в целом не соответствует уровню студенческой работы.

- «не удовлетворительно»:

- 1) во введении тезис отсутствует или не соответствует теме эссе;
- 2) в основной части нет логичного последовательного раскрытия темы;
- 3) выводы не вытекают из основной части;
- 4) средства связи не обеспечивают связность изложения;
- 5) отсутствует деление текста на введение, основную часть и заключение;
- 6) язык работы можно оценить как «примитивный».

Критерии оценки зачетной работы

- «отлично» – правильных ответов от 90-100%;
- «хорошо» – правильных ответов от 70-90%;
- «удовлетворительно» – правильных ответов от 40-70%.
- «неудовлетворительно» – правильных ответов менее 40%.

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Тема 1. «The Welfare Economics of Market Power»

Вопросы для дискуссии.

1. What are opportunity costs of a firm? Why is it necessary to take into account opportunity costs of making decisions?
2. What is economy of scale? How is economy of scale connected with return to scale?
3. What is the difference between fixed and sunk costs?
4. What is the role of sunk costs of making economic decisions?
5. Describe the hypothetical monopoly test (or SSNIP test) that is used to define a market.
6. Give the definitions of the Lerner and Herfindahl indices. What are these measures used for?

7. Provide an explanation for why profits might not be a good indicator for deadweight loss. What about if profits were persistently positive in an industry?

8. Under what circumstances would a large market share identify market power? Under what circumstances is a large market share not a good indicator of market power?

9. Does a very high long-run elasticity of demand in an industry necessarily imply that there is no public policy issue?

Тема 2. «Theory of the Firm»

Вопросы для дискуссии.

1. What are the goals of the managers? What is the conflict of owners and managers?

2. What is a principal-agent problem? In what ways can this conflict be mitigated?

3. What is the difference between horizontal and vertical boundary? Give some real examples.

4. Describe a hold-up problem.

5. How can a hold-up problem be solved?

6. Two parts in an automobile taillight are the plastic exterior cover and the light bulb. Which of these parts is a car company more likely to manufacture in-house? Why?

7. The Smart car was created as a joint venture between Daimler-Benz AG and Swatch Group AG. Although Micro Compact Car AG (the name of the joint venture) was originally jointly owned, in November of 1998 Daimler-Benz AG took complete control by buying Swatch's share. The deal put an end to a very stressed relationship between Daimler and Swatch. What does Section 2.2 suggest as to what the sources of strain might have been?

Темы для эссе.

1. A comparative analysis of methods for assessing market boundaries and the conditions for the effective use of each of them.

2. Select an industry and study the factors that determine the firm's market power in this industry.

3. Select a firm or industry and describe its vertical and horizontal boundaries

Тема 3. «Market Power and Dominant Firms»

Вопросы для дискуссии.

1. What types of entry barriers are there? Describe them in short.

2. What is a dominant firm? Why does a dominant firm exist?

3. What factors determine the market power of the dominant firm?

5. Why is it unlikely that copyright protection would usually lead to significant market power?

6. Explain why Intel might have an incentive to rapidly introduce new versions of its microprocessors.

7. Could an entry barrier ever be socially beneficial?

8. Comment the following statement: "The degree of market power is limited by the elasticity of demand".

9. What will happen with dominant firm if competitive fringe can reduce its production costs?

Темы для эссе.

1. The dominant firm in the Russian economy.

2. Select an industry and analyze existing entry barriers.

Тема 4. «Non-Linear Pricing and Price Discrimination»

Вопросы для дискуссии.

1. What is price discrimination? What are motives for price discrimination?
2. What are necessary conditions for price discrimination?
3. Describe first-degree price discrimination?
4. Describe third-degree price discrimination?
5. Can third-degree price discrimination be effective if the different groups of consumers have different level of income?
6. Describe optimal two-part tariff when consumers have identical demand curves. You should use the graph.
7. How can a firm determine an optimal two-part tariff if it has two customers with different demand curves?
8. How does tying differ from bundling? Why might a firm want to practice tying?
9. You are an executive for Super Computer, Inc. (SC), which rents out super computers. SC receives a fixed rental payment per time period in exchange for the right to unlimited computing at a rate of P cents per second. SC has two types of potential customers of equal number — 10 businesses and 10 academic institutions. Each business customer has the demand function $Q = 10 - P$, where Q is in millions of seconds per month; each academic institution has the demand $Q = 8 - P$. The marginal cost to SC of additional computing is 2 cents per second, regardless of volume.
 - a. Suppose that you could separate business and academic customers. What rental fee and usage fee would you charge?
 - b. Suppose you were unable to keep the two types of customers separate and charged a zero rental fee. What usage fee would you charge?
 - c. Suppose you set up one two-part tariff—that is, you set one rental and one usage fee that both business and academic customers would accept.

Темы для эссе.

1. Price discrimination in the Russian economy (use the example of any industry)
2. Strategy and tactics of using price discrimination in the practice of foreign firm.

Тема 5. «Market Power and Product Quality»

Вопросы для дискуссии.

1. What is asymmetric information? Why does asymmetric information exist?
2. Why does asymmetric information lead to market failure at the perfectly competitive market?
3. The problems associated with asymmetric quality information have different meanings for different types of markets: search goods, experience goods, credence good. What are search, experience and credence goods?
4. What is “The market of Lemons”? Why is there adverse selection?
5. What types of solving this problem are there?
6. What is moral hazard?
7. Explain why there are a lemons problem at the insurance market. How can this problem can be solved?
8. An insurance company is considering issuing three types of fire insurance policies: (i) complete insurance coverage, (ii) complete coverage above and beyond a \$10,000 deductible, and (iii) 90% coverage of all losses. Which policy is more likely to create moral hazard problems?

Тема 6. «Game Theory (Static games)»

Вопросы для дискуссии.

1. What is a game? What are basic elements of game?
2. Describe different types of games.
3. Why are rationality and common knowledge important in game-theoretic analysis?
4. Describe normal representation of a game.
5. What is a Prisoner’s Dilemma?
6. What is a dominant strategy? Why is an equilibrium stable in dominant strategies?
7. Explain the meaning of a Nash equilibrium. How does it differ from an equilibrium in dominant strategies?

8. A game has two players. Each player has two possible strategies. One strategy is called "cooperate", the other is called "defect". Each player writes on a piece of paper either a C for cooperate or a D for defect. If both players write C; they both get a payoff of \$100. If both players defect they each get a payoff of 0. If one player cooperates and the other player defects, the cooperating player gets a payoff of S and the defecting player gets a payoff of T. find conditions for C and D in order to defect will be a dominant strategy for both players.

9. Describe The Tragedy of the Commons in terms of game theory.

Тема 7. «Classic Models of Oligopoly»

Вопросы для дискуссии.

1. What is oligopoly? What is the main feature of it?
2. What are examples of oligopoly?
3. Describe Cournot model.
4. Describe Bertrand model. Why is Bertrand equilibrium called a Nash equilibrium? Why is the equilibrium stable? Why don't the firms raise prices to the level that maximizes joint profits?
5. According to Bertrand's theory, price competition drives firms' profits down to zero even if there are only two competitors in the market. Why don't we observe this in practice very often?
6. What do the Cournot and Bertrand models have in common? What is different about the two models?
7. Which model (Cournot, Bertrand) would you think provides a better approximation to each of the following industries: oil refining, internet access, insurance. Why?
8. Airfares between London and New York appear to be well above average cost and the handful of incumbents are making money hand over fist. Your cousin enters with a discount airline, but soon runs into financial difficulties when the incumbents match his fares. He complains to you about their predatory behavior and asks you to prepare an antitrust monopolization suit. Why might you disagree with his analysis? Are predatory prices the right prices for determining the profitability of entry?

Темы для эссе.

1. Strategic behavior of firms in the market
2. Problems of oligopolies in Russia
3. Analysis of the behavior of oligopolists in Russia (use any industry)

Тема 8. «Game Theory (Extensive Forms)»

Вопросы для дискуссии.

1. What is a sequential game? Describe extensive form of these games.
2. Using an example, explain the principle of backward induction.
3. Why is it profitable for a player to make a credible commitment?
4. In this chapter it was considered that extensive games can display decision making in the long and short term. As a rule capacity decisions are a firm's long-term choice, whereas pricing is typically a short-run variable. Consider the following industries: book publishing, software, insurance, oil production, car production, education. Explain which variable (capacity or price) will be determined for the long term, and which for the short term.
5. What are repeated games?
6. What is a "tit-for-tat" strategy? Why is it a rational strategy for the infinitely repeated prisoners' dilemma?
7. Consider a game in which the prisoners' dilemma is repeated 10 times and both players are rational and fully informed. Is a tit-for-tat strategy optimal in this case? Under what conditions would such a strategy be optimal?

8. Why did American Airlines propose this fare structure, and what made it so attractive to the other airlines? Was it really to "help reduce fare confusion"?
9. Why couldn't P&G and Kimberly-Clark cooperate? Why couldn't they use tit-for-tat strategy?

Тема 9. «Dynamic Models of Oligopoly»

Вопросы для дискуссии.

1. What is collusion? Why do firms decide to collude? Why can't firms collude in Bertrand and Cournot models?
2. What are differences between explicit and tacit agreements to collude? How can firms exceed an agreement in conditions of tacit collusion?
3. What is a grim strategy?
4. What factors determine discount factor?
5. Describe factors that complicate reaching an agreement.
6. Why is it profitable to use trigger price strategy even in the period of demand drop?
7. Why is it difficult to reach an agreement when there are many firms at the market?
8. Explain why collusive pricing is difficult in one-period competition and easier when firms interact over a number of periods.
9. What is most-favored-customer clauses?

Темы для эссе.

1. The world practice of creating and operating cartels (*use any cartel except OPEC*)
2. Cartels and their features in the Russian economy
3. Regulation of cartels in the Russian Federation

Тема 10. «Product Differentiation»

Вопросы для дискуссии.

1. What is product differentiation? Why do firms differentiate their product?
2. What are types of product differentiation? What are there models of product differentiation?
3. What are the assumptions of monopolistic competition? Why tasty for variety is good? What is elasticity of substitution?
4. What are two conditions for free-entry equilibrium?
5. Describe monopolistic competition model. Show on the graph how a firm choice of equilibrium output and price. Show on the graph of monopolistic competition how differentiation degree influences on the price set by the firm.
6. What is address model? What does it describe?
7. Describe a simple address model.
8. Why do two firms locate together? What is a principle of minimum differentiation?
9. Describe an address model with sequential entry.

Темы для эссе.

1. Advertising as a method of competition in the differential market product.
2. The strategic behavior of companies with a differentiated product.
3. Features of product differentiation in the industry (*choose any industry*)

Тема 11. «An Introduction to Strategic Behavior»

Вопросы для дискуссии.

1. What is a strategic behavior? What types of are there? Gives some examples of these types.
2. What conditions must be met for a noncooperative strategy to be successful?
3. What is the difference between strategic and tactical choices?
4. Describe the Stackelberg game.
5. Explain the role of the commitment.
6. What is the relationship between commitment and renegotiation? Commitment and reputation?
7. What is the limit pricing?
8. Describe the model of limit pricing where one firm has an advantage.

Тема 12. «Entry Deterrence»

Вопросы для дискуссии.

1. What is the entry deterrence?
2. Describe the Dixit model.
3. How do investments facilitate the monopolization?
4. Why does a monopolist set competitive price at the contestable markets?
6. How does contestability create the entry barriers?
7. What are the entry barriers? Give some examples of them.

Тема 13. «Strategic Behavior: Principle»

Вопросы для дискуссии.

1. What are assumptions of two-stage game?
2. What are strategic complements?
3. What are strategic substitutes?
4. Describe behavior of an incumbent in case of strategic accommodation.
5. Describe behavior of an incumbent in case of strategic entry deterrence.
6. Although strategic investment can confer an advantage on the first mover, such investment also locks in the firm, which can be a disadvantage if conditions change. For example, the adoption of the standard for compact discs by Philips and Sony in the early 1980s would have been very costly if the market had eventually settled on a different standard. Discuss how the value of flexibility would affect our analysis of strategic advantage.

Тема 14. «Strategic Behavior: Application»

Вопросы для дискуссии.

1. Why does learning-by-doing give an advantage for a firm?
2. What is switching costs? Give some examples of it in your practice.
3. How can a firm manipulate its installed base of customers?
4. What is a vertical separation?
5. What is a strategic role of tying?
6. Why does an owner encourage his manager to maximize sales?
7. What is a strategic role of R&D?
8. The two-stage framework is predicated on the notion that commitments can be made for a longer time horizon than the period relevant for short-run decisions, e.g., for price and quantity setting. But no commitments last forever, and many can be renegotiated. If, for example, a sunk investment depreciates over time, what effect would this have on the strategic analysis that we have been developing?

Темы для эссе.

Describe the experience of a company which use one of tools of strategic behavior.

**Примеры рейтинговых контрольных работ
Рейтинговая контрольная работа №1.**

I. Test.

1. The main goal of the manager is
 - a) profit maximization
 - b) his utility maximization
 - c) total revenue maximization
 - d) cost maximization
2. Economies of scope means:
 - a) long-run average cost declines as the rate of output increases
 - b) it is cheaper to produce the two output levels together in one plant than to produce similar amounts of each good in single-product plants
 - c) the rate of output where average cost is minimized
 - d) it is cheaper to produce the two output levels in two different plants than to produce similar amounts of each good in one plant
3. What is an example of horizontal expansion of a firm (increase its horizontal boundaries)?
(2 options)
 - a) the merger of the two automobile giants: Daimler-Benz and Chrysler
 - b) Uber acquired Otto, a \$ 680 million startup, developing technology to build self-propelled trucks.
 - c) the merger of General Motors and Fisher Body, a supplier of closed metal bodies
 - d) the merger of the two pharmaceutical giants Kiba Gaiji and Sandoz, which led to the formation of the giant Novartis.
4. According to the capital market discipline
 - a) If a manager does not maximize profits, then the value of the firm is lower than its potential and a raider could acquire the firm, change management to maximize profits.
 - b) the manager is trying to avoid the negative reputation that results from poor performance. Since managers have to change jobs from time to time, they are interested in creating an perfect reputation.
 - c) when product market competition is intense, the manager actively seek to maximize firm profits, in order not to lose his or her job.
5. If the Herfindahl index is 10,000, this is the situation of
 - a) monopoly
 - b) oligopoly
 - c) perfect competition
 - d) monopolistic competition
6. The absolute cost advantage is
 - a) Lower costs for existing industry firms compared to new firms
 - b) Lower average costs while increasing output
 - c) Consumer costs associated with the transition from one manufacturer to another
 - d) Decrease in demand of firms which entered the industry
7. What factor does lead to emergence of a dominant firm?
 - a) The dominant company has lower production costs compared to the competitive fringe
 - b) The dominant firm produces differentiated products
 - c) Technological features of the industry, as a result of which a single company will bear lower average costs than if several companies functioned on the market
 - d) The state grants only one company the exclusive right to manufacture these products

8. If the marginal cost of a dominant firm equal to the marginal cost of a competitive fringe, then

- a) a dominant firm is able to drive competitors out of the market
- b) a competitive fringe completely displaces the dominant company from the market
- c) the dominant company will lose its leading position in the market
- d) dominant firm becomes a monopoly

II. True or false the following statements. Explain.

1. The vertical size of the firm is largely determined by costs.
2. Franchising is a efficient way to solve hold-up problem, because it combines the benefits of vertical inte
3. A fixed costs is an investment in an asset with no alternative use.
4. The higher the marginal cost of the competitive fringe, the greater the market power of the dominant firm.

III. Solve the problems.

1. A firm's short-run revenue is given by $R = 21e - e^2$, where e is the level of effort by a typical worker (all workers are assumed to be identical). A worker chooses his level of effort to maximize wage less effort $w - e$ (the per-unit cost of effort is assumed to be 1). Determine the level of effort and the level of profit (revenue less wage paid) for each of the following wage arrangements. Explain why these different principal-agent relationships generate different outcomes.

- a. $w = 4$ for $e \geq 1$; otherwise $w = 0$.
- b. $w = R/3$.
- c. $w = R - 50$.

2. A market share of the dominant firm is 1/3 of the toy market. It sells toys at an average price of 60 thousand rubles per piece. The demand function is: $P=60900-Q$. Find the marginal costs of dominant firm, fringe firms and their output, if it is known that each fringe firm has a share in 1/9 of the toy market. What is the number of fringe firms?

Рейтинговая контрольная работа №2.

I. Test.

1. A firm that is engaging in price discrimination will
 - a. charge a higher price to consumers with a higher price elasticity of demand.
 - b. charge a higher price to consumers with a lower price elasticity of demand.
 - c. earn lower profits than a similar firm that does not engage in price discrimination.
 - d. generally be a perfectly competitive firm.
2. The optimal two-part tariff strategy involves:
 - a. lobbying both the government of the country from which the firm exports and the government of the country into which the firm imports for lower tariffs.
 - b. setting price equal to marginal cost and charging a fee to the less elastic consumers.
 - c. charging a lower price in the more elastic market.
 - d. setting price equal to marginal cost and charging a fee equal to the remaining consumer surplus.
3. Information asymmetry occurs in the market:
 - a. Search Items
 - b. Experienced goods
 - c. Normal goods
 - d. Inferior goods
4. What cannot prevent the adverse selection in the product market?
 - a. Warranty
 - b. Price
 - c. Reputation
 - d. Standards

5. In a game of _____, players know not only their own payoffs, but also the payoffs of all the other players

- complete information
- perfect information
- incomplete information
- imperfect information

6. What is a dominant strategy of player 1 in the following game?

	T	W
S	5,4	3,6
D	0,5	2,4

- S
- D
- The player 1 doesn't have a dominant strategy
- Both strategies are dominant

7. What is not a characteristic a Cournot model?

- homogeneous product
- firms' MC are the same
- competition over quantity
- firms make their decisions sequentially

8. _____ means that under price competition with homogeneous product and constant, symmetric marginal cost, firms set price at the level of marginal cost.

- Cournot equilibrium
- Cournot paradox
- Bertrand paradox
- Bertrand equilibrium

II. True or false the following statements. Explain.

- A longer warranty period indicates good product quality.
- It is unprofitable for manufacturers to provide products with a lifetime warranty, as it leads to a moral hazard problem.
- The seller is able to successfully apply third-degree price discrimination if different consumer groups have the same elasticity of demand.
- High entry barriers are the main reason for the emergence of oligopoly.

III. Solve the problems.

1. Consider the following duopoly. Demand is given by $P = 40 - Q$, where $Q = Q_1 + Q_2$. The firms' cost functions are $C_1(Q_1) = 4Q_1$ and $C_2(Q_2) = 2Q_2$.

- Suppose both firms have entered the industry. What is the joint profit-maximizing level of output? What is profit of each firm? How much will each firm produce?
- What is each firm's equilibrium output and profit if they behave noncooperatively? Use the Cournot model. Draw the firms' reaction curves and show the equilibrium.
- How much should Firm 2 be willing to pay to purchase Firm 1 if collusion is illegal, but the takeover is not?

2. Consider the following game depicting the process of standard setting in high definition television (HDTV). The U.S. and Japan must simultaneously decide whether to invest a high or a low value into HDTV research. Each country's payoffs are summarized in Figure below.

		Japan	
		low	high
US	low	4;3	2;4
	high	3;2	1;1

- a. Are there any dominant strategies in this game? What is the Nash equilibrium of the game? What are the rationality assumptions implicit in this equilibrium?
- b. Suppose now the U.S. has the option of committing to a strategy ahead of Japan's decision. How would you model this new situation? What are the Nash equilibria of this new game?

Рейтинговая контрольная работа №3.

I. Test

1. Which of the following factor does not facilitate collusion?
 - a. Product Heterogeneity
 - b. High industry concentration
 - c. Complete information
 - d. Symmetric costs
2. Stigler stressed that policing a collusive agreement depends on
 - a. the detection and punishment of cheaters
 - b. the detection and reward of cheaters
 - c. the detection and exclusion of cheaters
 - d. the detection and follow-up to cheaters
3. A game in which players play over and over again is called
 - a. dynamic game
 - b. repeated game
 - c. sequential game
 - d. two-stage game
4. Which of the following factor does not influence on profitability of a collusive agreement?
 - a. Inelastic demand
 - b. The larger the number of participating firms relative to the number of firms outside the agreement
 - c. Complete information
 - d. A high entry barriers
5. According to free-entry condition:
 - a. the profits of an additional entrant must be positive and the profits of a firm in the industry nonnegative.
 - b. the profits of an additional entrant must be nonpositive and the profits of a firm in the industry nonnegative.
 - c. the profits of an additional entrant and the profits of a firm in the industry must be negative.
 - d. no variants are correct
6. What is not an assumption of address model?
 - a. The address of a consumer represents their most preferred product
 - b. Consumer's preferences are symmetric
 - c. Consumer preferences are distributed in the same product space
 - d. Consumers have completely inelastic demands
7. According to principle of minimum differentiation
 - a. products are homogeneous
 - b. products are differentiated
 - c. firms collude
 - d. there are many different firms at the market
8. The principle of backward induction allows to
 - a. find a unique SPNE in sequential game
 - b. use credible commitment
 - c. find NE in simultaneous game
 - d. find several SPNE in sequential game

II. True or false the following statements. Explain.

1. Tit-for-tat strategy can be used in infinite repeated games.
2. The greater discount factor, the more incentive to deviate from collusion.
3. The elasticity of substitution influences on products' variety: less elasticity of substitution leads to more differentiated products.
4. Products are horizontally differentiated if consumers have heterogeneous preferences regarding the most preferred mix of different attributes.

III. Solve the problems.

1. Consider the stage game shown in Figure below.

	C1	C2	C3
R1	2;2	2;1	7;1
R2	1;2	3;3	5;4
R3	1;5	2;2	6;6

- a) Find the Nash equilibrium.
 - b) Now suppose that the game is repeated indefinitely, but ends after each period with constant probability p . Find a condition on p such that (R2,C2) is sustainable as an SPNE. Assume that both players use "Nash reversion" strategies; if either player ever deviates, then the other will play his Nash equilibrium strategy from then on.
2. Demand in a market is given by $P = 80 - Q$. The cost function is $C = Q^2$ and marginal cost of production is $2Q$.
 - a) What are the monopoly output and profits?
 - b) Suppose that there are two firms in the market. If they were to agree to maximize industry profits, how much would each produce? What would the profits of each firm and industry profits be?
 - c) Is the collusive agreement in (b) a Nash equilibrium?

Пример зачетной работы в 1 семестре.**I. Test.**

1. The rate of output where average cost is minimized and economies of scale are exhausted is called:
 - a) market output
 - b) no efficient scale
 - c) minimum efficient scale
 - d) monopoly output
2. What is an example of vertical expansion of a firm? (2 options)
 - a) the merger of the two automobile giants: Daimler-Benz and Chrysler
 - b) Uber acquired Otto, a \$ 680 million startup, developing technology to build self-propelled trucks.
 - c) the merger of General Motors and Fisher Body, a supplier of closed metal bodies
 - d) the merger of the two pharmaceutical giants Kiba Gaiji and Sandoz, which led to the formation of the giant Novartis.
3. According to the labour market discipline
 - a) If a manager does not maximize profits, then the value of the firm is lower than its potential and a raider could acquire the firm, change management to maximize profits.
 - b) the manager is trying to avoid the negative reputation that results from poor performance. Since managers have to change jobs from time to time, they are interested in creating an perfect reputation.
 - c) when product market competition is intense, the manager actively seek to maximize firm profits, in order not to lose his or her job.
4. Fixed costs of production factors

- a) do not depend on the current level of production.
 - b) are the value of the factor in its next best alternative use.
 - c) are investment in an asset without alternative use.
 - d) are vary in proportion to production.
5. Which of the following is an example of price discrimination?
- a. It costs more to make a long-distance phone call during the day than it does late at night.
 - b. A ticket to the zoo costs less for a child than it does for an adult.
 - c. Regular gasoline costs less than premium gasoline.
 - d. All of the above are examples of price discrimination.

6. A firm will find it difficult to engage in price discrimination if:

- a. the demand curve is downward-sloping.
- b. consumers are smart.
- c. the good is normal.
- d. there are close substitutes.

7. What is not a signal at the insurance services market?

- a. insurance history of the individual
- b. diseases history
- c. selection by the individual of a particular clinic
- d. information about car accidents with the participation of an individual

8. What is not an example of moral hazard?

- a. neglect of safety after receiving fire insurance
- b. displacement healthy people with sick people at the life insurance market
- c. excess speed after receiving auto insurance
- d. careless use of the goods with a warrantee

9. What is not a basic element of a game?

- a. Player
- b. Payoff
- c. Outcome
- d. Strategy

10. In a _____ game each player moves once, and when a player moves she does so not knowing the action of her rivals.

- a. dynamic
- b. static
- c. perfect information
- d. incomplete information

II. True or false the following statements. Explain.

1. A monopolist who is able to practice third degree price discrimination will make greater profits than a monopolist who is able to practice first degree price discrimination.
2. The purpose of price discrimination is to capture consumer surplus and deadweight loss in order to increase firm's profit.
3. The profit-maximizing rule is that a firm should produce at the output level that marginal revenue exceeds marginal cost
4. There are increasing returns to scale if increasing all inputs by a factor t results in a less than t increase in output.

III. Solve the problem.

Two firms compete by choosing price. Their demand functions are

$$Q_1 = 60 - P_1 + P_2 \text{ and } Q_2 = 60 + P_1 - P_2$$

Marginal costs are 10.

- a. Suppose the two firms set their prices at the *same time*. Find the resulting Nash equilibrium. What price will each firm charge, how much will it sell, and what will its profit be?
- b. Suppose Firm 2 sets its price *first* and then Firm 1 sets its price. What price will each firm charge, how much will it sell, and what will its profit be?

- c. Suppose you are one of these firms and that there are three ways you could play the game:
 (i) Both firms set price at the same time; (ii) You set price first; or (iii) Your competitor sets price first. If you could choose among these options, which would you prefer? Explain why.

Пример зачетной работы во 2 семестре.

I. Test.

1. According to most-favored-customer clauses
 - a. collusion will be sustainable because punishment will be more severe.
 - b. collusion will not be sustainable because firms will offer a discount to their customers.
 - c. collusion will be sustainable because firms will compete against each other in a number of different geographic markets.
 - d. collusion will not be sustainable because firms will compete against each other in a number of different geographic markets.
2. Firms engage in _____ when they mutually devise a common plan of action and exchange mutual assurances to follow that common course of action.
 - a. tacit collusion
 - b. common collusion
 - c. Nash equilibrium
 - d. explicit collusion
3. Which of the following factor facilitates collusion?
 - a. Uncertainty
 - b. Asymmetries in Preferences
 - c. Enforcement
 - d. Innovation
4. A game in which players play over and over again is called
 - a. dynamic game
 - b. repeated game
 - c. sequential game
 - d. two-stage game
5. The principle of backward induction allows to
 - a. find a unique SPNE in sequential game
 - b. use credible commitment
 - c. find NE in simultaneous game
 - d. find several SPNE in sequential game
6. Address models consider
 - a. consumers' preferences defined over the characteristics or attributes of products
 - b. issue of the extent of variety—the number of products available in the market
 - c. firms' behavior about quality of products
 - d. price completion of oligopolists
7. If there are three firms in Hotelling city and there is no sunk costs
 - a. in Nash equilibrium 2 firms will stand together, and the last one will stand on the periphery
 - b. in Nash equilibrium three firms will stand at the same distance from each other
 - c. in Nash equilibrium three firms will stand together
 - d. there is no Nash equilibrium
8. If incumbent's investments are tough and firms are strategic substitutes, then the incumbent's strategy is
 - a. top dog
 - b. puppy
 - c. lean and hungry
 - d. fat cat

II. True or false the following statements. Explain.

1. Tit-for-tat strategy can be used in finite repeated games.

2. The greater discount factor, the more incentive to deviate from collusion.
3. In circumstances of downturns in demand it isn't rational for firm to deviate from collusion.
4. The elasticity of substitution influences on products' variety: less elasticity of substitution leads to less differentiated products.
5. In order to lick in customers a firm should increase its switching costs.

III. Solve the problems.

1. A county consists of two towns, Right and Left. Each has 1/5 of the population lives in each of two towns. The remaining 4/5 lives uniformly scattered on the one straight road that connects the two towns. There are 5 taverns. Each drinker will go regularly to whichever bar is closest to him. The price of a drink in each bar is equal and determined by the government. The only variable that owners have control over is their location. Find the Nash equilibrium locations of the five drinking establishments.

2. Suppose that firms 1 and 2 are Cournot competitors, and their only costs are their managers' salaries, which can be expressed as \$1 per unit of output. Inverse demand is given by $P = 10 - Q$. First, compute the Cournot equilibrium quantities and profits for each firm. The owners of firm 1 decide to direct their manager to maximize sales, rather than profits. If he does so, compute the new Cournot equilibrium quantities and profits for each firm. Has firm 1's profit increased?

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Формы контроля:

Текущий — фронтальные, комбинированные опросы в рамках семинара (вклад в итоговую оценку – 20%)

Промежуточный — выполнение контрольных работ/коллоквиум (вклад в итоговую оценку – 50%)

Итоговый- зачетная работа в письменной форме (вклад в итоговую оценку – 30%)

Итоговая оценка – выставляется исходя из баллов, полученных на семинарских занятиях, баллов за контрольные работы, коллоквиума и оценки на зачете.

Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
ОК-7				
1.	Задание закрытого типа	The absolute cost advantage is a) Lower costs for existing industry firms compared to new firms b) Lower average costs while increasing output c) Consumer costs associated with the transition from one manufacturer to another d) Decrease in demand of firms which entered the industry	a	1
2.		Information asymmetry occurs in the market: e. Search Items f. Experienced goods	b	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		g. Normal goods Inferior goods		
3.		According to principle of minimum differentiation a. products are homogeneous b. products are differentiated c. firms collude d. there are many different firms at the market	a	1
4.		What cannot prevent the adverse selection in the product market? a. Warranty b. Price c. Reputation d. Standards	b	1
5.		Economies of scope means: a) long-run average cost declines as the rate of output increases b) it is cheaper to produce the two output levels together in one plant than to produce similar amounts of each good in single-product plants c) the rate of output where average cost is minimized d) it is cheaper to produce the two output levels in two different plants than to produce similar amounts of each good in one plant	b	1
6.	Задание открытого типа	What is economy of scale? How is economy of scale connected with return to scale?	The effect of scale is associated with a change in the cost of a unit of production, depending on the scale of its production by the company. Considered in the long term. Reducing unit costs when scaled up is called economies of scale. The shape of the long-run cost curve is related to economies of scale. Economies of scale can be exploited by companies of all sizes by increasing their operations. The most	8-12

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			<p>common methods are purchasing (getting bulk discounts), management (using specialization of managers), finance (getting less expensive loans), marketing (spreading advertising costs for a wider range of products). The use of any of these factors reduces the long run average cost (LRAC) by shifting the short-run average total cost (SRATC) curve down and to the right on the chart.</p>	
7.		<p>What types of entry barriers are there? Describe them in short.</p>	<p>There are 3 types of entry barriers. Government Restrictions on Entry, Structural Characteristics and Strategic Behavior by Incumbents. Governments grant exclusive franchises because of Natural Monopoly, Redistribute Rents and Intellectual Property Rights. Structural characteristics protect the market power of incumbents without attracting entry. They are characteristics that reduce the profitability of entry. There are four structural characteristics that are often thought to be entry barriers: Economies of Scale, Sunk Expenditures of the Entrant, Absolute Cost Advantages, Sunk Expenditures by Consumers. As for</p>	5-10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			Strategic Behavior by Incumbents, there are 3 categories of strategies available for incumbents to raise the height of barriers to entry: Aggressive Post-entry Behavior, Raising Rivals' Costs, Reducing Rivals' Revenues.	
8.		What is a dominant firm? Why does a dominant firm exist?	If one firm is a price setter and faces smaller, price-taking firms, it is called a dominant firm. It typically has a large market share. Some factors make a firm dominant: dominant firms may have lower costs than fringe firms; dominant firm may have a superior product in a market where each firm produces a differentiated product; a group of firms may collectively act as a dominant firm.	3-7
9.		What are necessary conditions for price discrimination?	The first is that the firm must possess market power: without it, the price of all units of all goods will be driven down to the level of costs by competition, and price discrimination cannot arise. The second necessary condition for price discrimination is that resale or arbitrage must be prevented. The problem is that the consumers of the low-priced goods may be tempted to resell them to consumers who were intended to buy the high-priced goods, and unravel the firm's	5-10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			careful price discrimination scheme. The phenomenon of gray markets is a good example of attempts to unravel price discrimination schemes.	
10.		How does tying differ from bundling? Why might a firm want to practice tying?	Tying refers to conditioning the sale of one good on the purchase of another. The simplest case of tying is just an application of our analysis of two-part tariffs. This method of extracting consumer surplus is to force the consumer to make an advance payment for the right to buy goods. Then consumers pay additionally for each item they wish to receive. A classic example of this phenomenon is an amusement park. You pay an entrance fee to get there, and then a certain amount for each trip or attraction. Bearing this in mind, we will see in this section how bundling, which may have little immediate resemblance to other price discrimination schemes, can realize exactly the goal of capturing more surplus for the firm. Bundling refers to tying in fixed proportions. For example, each left shoe is normally bundled with a right shoe, car bodies are bundled with engines and tires, etc., and cable television is	10-12

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			sold in “bundles” of channels, rather than each channel having an individual price.	
OK-11				
1.	Задание закрытого типа	True or False: Price discrimination is a set of pricing strategies for extracting more surplus than is available under uniform pricing - true.	True	2
2.		A barrier to entry is something that makes the expected profits of an entrant negative even though incumbent firms are able to exercise market power	False	2
3.		The more efficient the dominant firm vis-a-vis the fringe—the lower its marginal costs—the greater its market power	True	2
4.		An efficient allocation minimizes total surplus.	False	2
5.		Barriers to entry determine the extent to which a firm can exercise market power in the long run.	True	2
6.		«A price - taking firm selling in a market with a price greater than the firm's average cost should increase its output level». Comment.	At a competitive market firms produce optimal output when minimum AC equals MC and price. If a firm has cost advantage, so market price is higher than its AC and in this case this firm have positive profit. And its output optimal as MC cross AC at the point of minimum last ones. The statement is wrong.	5-7
7.		Why could Norwegian produces take a dominant position in the market of farmed salmon and hold this position for almost two decades?	By the mid-1980s farmed salmon had become a major export, especially to the United States. Farmed salmon competes with wild salmon, but has an advantage in that fresh wild salmon is only available at certain times of the year. The	5-7

			United States is the world's largest producer of wild salmon. However, much of this is canned and it must be frozen if consumed outside of the harvest season. Farmed salmon can be harvested year-round and thus is always available fresh. As a result restaurants in the United States were significant buyers of Norwegian farmed salmon, and wild and farmed salmon are not perfect substitutes.	
8.		3. Two parts in an automobile taillight are the plastic exterior cover and the light bulb. Which of these parts is a car company more likely to manufacture in-house? Why?	As it's known light bulbs are homogeneous good. So they can be produced by external suppliers. But, the plastic exterior cover must be custom-designed and manufactured for each make and model. Because it requires more Relationship Specific Investment, it is more likely to be made in-house.	5-7
9.		1998 news article reported that Delta Air Lines and American Airlines tried to raise leisure air fares 4% in most domestic markets, but the move failed Monday when lone-holdout Northwest Airlines refused to match the higher prices. The aborted price boost illustrates the impact Northwest's woes already are having on the industry. Months of labor unrest . . . are prompting passengers to book away from the fourth largest carrier. What does this say about the nature of price dynamics in the airline industry?	Lone-holdout Northwest Airlines refused to match the higher prices, thereby stimulating demand at home. By causing a significant increase in sales at a low price, it significantly increased the volume of production (sales). Elastic demand made it harder to maintain collusion, as it increased the returns from fraud, namely, a drop in demand for the services of airlines caught in collusion.	5-7
10.		Explain why collusive pricing is	Price fixing is difficult	5-7

		difficult in a single-period competition and easier when firms interact over multiple periods.	during one period of competition and easier when firms interact over several periods, because during one period competition firms have incentives to cheat and charge lower prices than competitors in order to obtain high short-term profits.	
--	--	--	---	--

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
1.	Ответ на занятия	4/5	20	
2.	Написание эссе	3/10	30	
3.	Итоговая работа	1	50	
Всего			90	-
Блок бонусов				
4.	Посещение занятий	1	4	
5.	Своевременное выполнение всех заданий	1	6	
Всего			10	-
ИТОГО			100	-

Таблица 11 – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-2
Неготовность к занятию	-2
Пропуск занятия без уважительной причины	-2

Таблица 12 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

А) Основная литература:

1. Кен Х., Экономика отраслей и фирм [Электронный ресурс] : учеб. пособие / К. Хитер; пер. с англ. - М. : Финансы и статистика, 2004. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5279027375.html>

2. Юсупова, А.Т. Теория отраслевых рынков : учебное пособие / Юсупова А.Т., Мкртчян Г.М., под ред. — Москва : КноРус, 2017. URL: <https://book.ru/book/922338>

б) Дополнительная литература:

1. Авдашева, Светлана Борисовна. Теория организации отраслевых рынков : учеб. / Авдашева, Светлана Борисовна, Розанова, Надежда Михайловна. - М. : ИЧП "Изд-во Магистр", 1998. - 320 с. (5 экз)

3. Стрелец, И Др И.А. Теория отраслевых рынков ю : учебное пособие / Стрелец И Др И.А. — Москва : КноРус, 2019. URL: <https://book.ru/book/929778>

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ. <https://library.asu.edu.ru>

2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru: <http://elibrary.ru>

3. Справочная правовая система Консультант Плюс: <http://www.consultant.ru>

4. Электронная библиотека англоязычных статей: <https://www.ssrn.com>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).