


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МИЧУРИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономики и коммерции

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического совета
университета
(протокол от 22 июня 2023 г. № 10)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
 С.В. Соловьёв
«22» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

Направление подготовки 38.04.06. Торговое дело

Направленность (профиль) Коммерческая деятельность на агропродовольст-
венном рынке

Квалификация магистр

Мичуринск, 2023

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Основными целями освоения дисциплины (модуля) «Теория отраслевых рынков» являются:

- освоение теоретических основ и инструментария теории отраслевых рынков;
- обучение практическим приемам и методам определения состояния отраслевых рынков и работы на них;
 - определение и реализация приоритетов собственной деятельности и способов ее совершенствования на основе самооценки;
 - разработка и реализация маркетинговых программ, управление маркетинговой деятельностью организации.

При освоении данной дисциплины (модуля) учитываются трудовые функции следующего профессионального стандарта:

08.035 Маркетолог (утв. приказом Минтруда России от 04.06. 2018 №366н)

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Теория отраслевых рынков» относится к Блоку 1. Дисциплины (модули), вариативная часть Б1.В.07.

Для успешного освоения дисциплины обучающийся должен овладеть основами следующих дисциплин (модулей): «Методология научных исследований в коммерции», «Агрорыночный маркетинг», «Ценообразование на агропродовольственном рынке», «Экономика агропродовольственного рынка».

В дальнейшем знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины (модуля) «Теория отраслевых рынков», используются при выполнении выпускной квалификационной работы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины (модуля) обучающийся должен освоить трудовые функции:

Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации (08.035 Маркетолог ТФ – В /02.7)

трудоустройство:

разработка ценовой политики в организации;

внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации

Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации (08.035 Маркетолог ТФ – В/01.7)

трудоустройство:

разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг);

создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими;

разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование следующих универсальной и профессиональных компетенций:

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ПК – 2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации

ПК – 3. Способен анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия

Планируемые результаты обучения (индикаторы достижения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
УК-6. ИД-1 _{УК-6} – Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития	Не находит и творчески не использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития	Фрагментарно находит и творчески, но пассивно использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития	Не в полном объеме находит и творчески, с инициативой использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития	В полном объеме находит и творчески и активно использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития
ИД-2 _{УК-6} – Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяет приоритеты личностного и профессионального роста	Самостоятельно не выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, не определяет приоритеты личностного и профессионального роста	Самостоятельно, но поверхностно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, пассивно определяет приоритеты личностного и профессионального роста	Самостоятельно, но не в полном объеме выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, инициативно определяет приоритеты личностного и профессионального роста	Самостоятельно и в полной мере выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, активно определяет приоритеты личностного и профессионального роста
ИД-3 _{УК-6} – Планирует профессиональную траекторию с учетом собственных ресурсов, социальных навыков, стратегии личного развития, возможностей и требований рынка труда	Не планирует профессиональную траекторию с учетом собственных ресурсов, социальных навыков, стратегии личного развития, возможностей и требований рынка труда	Удовлетворительно планирует профессиональную траекторию с учетом собственных ресурсов, социальных навыков, стратегии личного развития, возможностей и требований рынка труда	Хорошо планирует профессиональную траекторию с учетом собственных ресурсов, социальных навыков, стратегии личного развития, возможностей и требований рынка труда	Отлично планирует профессиональную траекторию с учетом собственных ресурсов, социальных навыков, стратегии личного развития, возможностей и требований рынка труда
ИД-4 _{УК-6} – Развивает личностные и профессиональные способности, творческие возможности для совершенствования собственной (в том числе профессиональной) деятельности	Не развивает личностные и профессиональные способности, творческие возможности для совершенствования собственной (в том числе профессиональной) деятельности	Удовлетворительно развивает личностные и профессиональные способности, творческие возможности для совершенствования собственной (в том числе профес-	Хорошо развивает личностные и профессиональные способности, творческие возможности для совершенствования собственной (в том числе профес-	Отлично развивает личностные и профессиональные способности, творческие возможности для совершенствования собственной (в том числе профес-

ффессиональной) деятельности		сиональной) деятельности	сиональной) деятельности	сиональной) деятельности
ПК-2. ИД-1 _{ПК-2} - Разрабатывает маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию	Не способен разрабатывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществлять их реализацию	Удовлетворительно разрабатывает маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию	Хорошо разрабатывает маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию	Отлично разрабатывает маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и осуществляет их реализацию
ИД-2 _{ПК-2} - Разрабатывает политику ценообразования в организации	Не способен разрабатывать политику ценообразования в организации	Удовлетворительно разрабатывает политику ценообразования в организации	Хорошо разрабатывает политику ценообразования в организации	Отлично разрабатывает политику ценообразования в организации
ПК-3. ИД-3 _{ПК-3} - Принимает управленческие решения в области профессиональной деятельности	Не способен принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности	Удовлетворительно принимает управленческие решения в области профессиональной деятельности	Хорошо принимает управленческие решения в области профессиональной деятельности	Отлично принимает управленческие решения в области профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- основы теории отраслевых рынков;
- систему показателей, характеризующих состояние отраслевых рынков;
- факторы, определяющие современное состояние отраслевых рынков в России и за рубежом;
- методы государственного регулирования отраслевых рынков;

Уметь:

- количественно и качественно оценивать состояние отраслевых рынков;
- определять перспективы развития отраслевых рынков;
- определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;
- разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации;
- анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия

Владеть:

- современными методами изучения отраслевых рынков;
- критериями принятия экономических решений, учитывающих состояние отраслевых рынков;
- навыками выполнения расчетов, необходимых для всестороннего анализа состояния отраслевых рынков;
- навыками поиска (в том числе с использованием информационных систем и баз данных) и критического анализа информации по тематике проводимых исследований.

3.1. Матрица соотношения тем/разделов учебной дисциплины (модуля) и формируемых в них универсальной и профессиональных компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Компетенции			Общее количество компетенций
	УК-6	ПК-2	ПК-3	
1. Структура рынка. Рыночная концентрация и монопольная власть. Рынок доминирующей фирмы		+		1
2. Асимметричная информация как фактор монопольной власти		+		1
3. Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция		+		1
4. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	+			1
5. Несовременная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке			+	1
6. Ценовая дискриминация и ценовая политика фирм на товарном рынке			+	1

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4зачетные единицы, 144академическихчасов.

4.1. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Вид занятий	Количество акад. часов	
	по очной форме обучения 4 семестр	по очно-заочной форме обучения 3 семестр
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	144	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем	36	54
Аудиторные занятия, в т.ч.	36	34
лекции	6	6
практические занятия	30	28
Самостоятельная работа, в т.ч.	72	74
проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	24	24
подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	24	24
выполнение индивидуальных заданий	18	20
подготовка к модульному компьютерному тестированию (выполнение тренировочных тестов), сдаче экзамена	6	6
Контроль	36	36
Вид итогового контроля	экзамен	экзамен

4.2. Лекции

№	Раздел дисциплины (модуля), темы лекций и их содержание	Объем в акад. часах		Формируемые компетенции
		очная форма	очно-заочная	

		обучения	форма обучения	
1.	Структура рынка. Рыночная концентрация и монопольная власть. Рынок доминирующей фирмы	1	1	ПК-2
	1.1 Основы понятия и категории теории отраслевых рынков			
	1.2 Лидерство доминирующей фирмы: детерминанты монопольной власти в краткосрочном периоде			
	1.3. Модели ценообразования, ограничивающего вход			
	1.4. Барьеры входа в отрасль как фактор поведения доминирующей фирмы			
2.	Асимметричная информация как фактор монопольной власти	1	1	ПК-2
	2.1 Причины неполноты информации. Асимметричная информация. Модель Акерлофа			
	2.2 Проблема "негативного отбора" и ее решение.			
	2.3 Пути решения проблем рынка с асимметричной информацией			
3.	Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция	1	1	ПК-2
	3.1 Модель Чемберлина дифференциации продукта			
	3.2 Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта			
4.	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	1	1	УК-6
	4.1 Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения: общие понятия			
	4.2 Формы вертикального контроля			
5.	Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке	1	1	ПК-3
	5.1 Классификация некооперативных стратегий поведения			

	5.2 Парадокс Бертрана			
	5.3 Кооперативные модели поведения			
6.	Ценовая дискриминация и ценовая политика фирм на товарном рынке	1	1	ПК-3
	6.1 Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации			
	6.2 Совершенная ценовая дискриминация (первый тип дискриминации)			
	6.3 Ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки (второй тип дискриминации)			
	6.4 Ценовая дискриминация по группам потребителей - разграничение рынков (третий тип дискриминации)			
	Итого	6	6	

4.3. Практические занятия

№	Наименование занятия	Объем в акад. часах		Формируемые компетенции
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	
1	Тема 1. Структура рынка. Рыночная концентрация и монопольная власть. Рынок доминирующей фирмы Индексы концентрации рынков (концентрации, Херфиндаля-Хиршмана, Джини), нестратегические барьеры входа на рынок, стратегические барьеры входа на рынок, показатели монопольной власти (коэффициенты Бэйна, Тобиана, Папандреу), детерминанты монопольной власти.	4	2	ПК-2
2	Тема 2. Асимметричная информация как фактор монопольной власти Асимметричная информация. Модель Акерлофа. Проблема "негативного отбора" и ее решение. Снижение общественного благосостояния при асимметрии информации. Пути решения проблем рынка с асимметричной информацией. Рынок с асимметрией информации о ценах.	4	4	ПК-2
3	Тема 3. Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция Модель Чемберлина дифференциации продукта. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта. Модель «линейного города» (модель Хотеллинга). Модель «кругового города» (модель Сало-	6	6	ПК-2

	па). Продукт как совокупность характеристик: модель Ланкастера. Расходы на рекламу на рынке дифференцированного продукта. Вертикальная дифференциация продукта.			
4	Тема 4. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения: общие понятия. Формы вертикального контроля. Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами. Франчайзинг как особая форма вертикальных ограничений.	6	6	УК-6
5	Тема 5. Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке Классификация некооперативных стратегий поведения. Парадокс Бертрана “Дилемма заключенного”- в бесконечно повторяющейся игре. Классификация некооперативных стратегий поведения. Кооперативные модели поведения олигополистов. Картельные соглашения.	4	4	ПК-3
6	Тема 6. Ценовая дискриминация и ценовая политика фирм на товарном рынке Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации. Типы ценовой дискриминации. Совершенная ценовая дискриминация (первый тип дискриминации). Ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки (второй тип дискриминации). Ценовая дискриминация по группам потребителей - разграничение рынков (третий тип дискриминации). Практика ценовой дискриминации.	6	6	ПК-3
	Итого	30	28	

4.4 Лабораторные работы не предусмотрены

4.5. Самостоятельная работа обучающихся

Темы дисциплины (модуля)	Вид самостоятельной работы	Объем, акад. часов	
		по очной форме обучения	по очно-заочной форме обучения
1. Структура рынка. Рыночная концентрация и моно-	Проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4

полная власть. Рынок доминирующей фирмы	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4
	Подготовка к индивидуальным занятиям	3	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
2.Асимметричная информация как фактор монопольной власти	Проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4
	Подготовка к индивидуальным занятиям	3	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
3. Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция	Проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4
	Подготовка к индивидуальным занятиям	3	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
4.Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	Проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4
	Подготовка к индивидуальным занятиям	3	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
5.Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке	Проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4
	Подготовка к индивидуальным занятиям	3	3
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
6.Ценовая дискриминация и ценовая политика фирм на товарном рынке	Проработка учебного материала по дисциплине (модулю) (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4
	Подготовка к индивидуальным занятиям	3	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	1	1
Итого		72	74

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю):

1. Дубовицкий А.А. Методические указания для практических занятий и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) «Теория отраслевых рынков» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленность (профиль) Коммерческая деятельность на агропродовольственном рынке. Мичуринск: Изд-во ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ, 2023 – 24 с.

2. Попова В.Б. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы обучающихся (рефератов, эссе, докладов и др.) для направлений подготовки института экономики и управления. Мичуринск: Изд-во ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ, 2023 – 24 с.

4.6. Курсовое проектирование не предусмотрено

4.7. Содержание тем дисциплины (модуля)

Тема 1. Структура рынка. Рыночная концентрация и монопольная власть. Рынок доминирующей фирмы

Рынок как организующий механизм производственной деятельности и спроса. Объект и предмет исследования теории отраслевых рынков. Эволюция теории отраслевых рынков. Проблемы системности и комплексности исследования. Исходная парадигма «структура—поведение—результативность». Роль государства в обеспечении результативности рынков.

Теории конкуренции и монополии. Общие понятия. Оценки результативности рынка. Конкуренция и эффективность. Результаты господства монополии.

Элементы структуры рынка. Понятие о внутренней структуре рынка. Показатели концентрации. Барьеры входа на рынок и выхода с рынка. Вертикальная интеграция. Диверсификация деятельности фирм. Иностранная конкуренция. Институциональные барьеры. Показатели монопольной власти.

Степени и концепции частичной конкуренции. Доминирующая фирма. Тесная олигополия. Слабая олигополия. Модели структуры. Элементы структуры и их взаимодействие. Тенденции конкуренции.

Монопольная власть доминирующей фирмы. Причины рыночной власти доминирующей фирмы: наличие преимуществ в издержках; возможность выпуска более качественной продукции; реклама, репутация, приверженность марке как причины доминирования; доминирование как результат картельного соглашения небольших фирм. Предпосылки модели поведения ценового лидера. Модель Форхаймера. Поведение фирм из конкурентного окружения. Модель рынка с доминирующей фирмой и определение характеристик цены, назначаемой лидером. Модель "самоубийственного поведения" (ценовая политика высоких цен доминирующей фирмы). Статические модели ценообразования, ограничивающего вход. Модель Бэйна. Модель Модильяни. Практические проблемы, возникающие перед фирмами, применяющими ценообразование, ограничивающее вход: неправильная оценка преимущества в издержках; правильное определения величины своего выпуска в отрасли; возможность ценовой войны; отрасли с высокими темпами роста спроса и технологических нововведений; существование асимметрии информации об издержках. Динамическая модель ценообразования, ограничивающего вход. Квазиконкурентные рынки.

Тема 2. Асимметричная информация как фактор монопольной власти

Причины неполноты информации. Асимметричная информация. Модель Акерлофа "рынок лимонов". Снижение общественного благосостояния при асимметрии информа-

ции. Результаты асимметрии информации - "риск безответственного поведения" и "негативный отбор".

Общий подход к анализу рынка с асимметрией информации о качестве. Проблема "негативного отбора" и ее решение. Пути решения проблем рынка с асимметричной информацией: деятельность государства, направленная на поддержание качества товаров; существование независимых организаций потребителей; целенаправленные действия производителей высококачественной продукции. Виды государственной поддержки: стандартизация и сертификация продукции; контроль за рекламой; ценовая политика с целью предотвратить использование производителями низкокачественной продукции преимуществ в издержках. Поведение производителей высококачественной продукции: создание репутации фирмы; сигналы о качестве: предоставление гарантий, расточительные расходы, низкая входная цена.

Рынок с асимметрией информации о ценах. Ситуация, когда продавцу противостоят покупатели, из которых хотя бы часть не знает относительных цен аналогичных товаров. Ситуация, когда существуют разные группы покупателей, в разной степени информированные о ценах товара. Ценовая стратегия продавцов в краткосрочном периоде. Долгосрочное равновесие на рынке с асимметричной информацией о ценах.

Тема 3. Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция

Рынок дифференцированного продукта. Модель монополистической конкуренции Э.Чемберлина. Долгосрочное равновесие на рынке дифференцированного продукта и избыточная производственная мощность. Измерение дифференциации (по числу торговых марок, на основании показателей перекрестной эластичности, по опросам потребителей и т.п.) Горизонтальная и вертикальная дифференциация товара.

Модели рынков дифференцированного товара. Модель линейного города (М.Хотеллинга) - модель пространственной дифференциации. Модификации модели Хотеллинга. Модель "кругового города" (М.Салопа). Продукт как совокупность характеристик: модель Ланкастера.

Реклама на рынке дифференцированного продукта. Желательная и нежелательная реклама. Реклама и разброс цен. Реклама и дифференциация имиджа товаров. Реклама и новые товары. Реклама и барьеры входа на рынок. Возможности рыночного регулирования недобросовестной рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности.

Реклама и структура рынка. Реклама в условиях олигополии. Реклама и концентрация продавцов. Реклама, монопольная власть и уровень прибыльности.

Структура рынка и разнообразие продукта. Теория оптимального уровня продуктового разнообразия. Структура рынка и срок службы товара.

Тема 4. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения

Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения, ограничение конкуренции. Внешние эффекты в отношениях между производителями и посредниками, как причина вертикальной интеграции фирм. Проблема двойного ценообразования. Риск безответственности и морального ущерба. Проблема "безбилетника".

Вертикальная интеграция как форма контроля над собственностью. Интеграция фактора (регрессивная интеграция) и интеграция продукта (прогрессивная интеграция). Издержки вертикальной интеграции: уменьшение уровня разделения труда и специализации; усложнение процессов управления; увеличение затрат на совершение сделок, связанных со слияниями и поглощениями; создание дополнительных барьеров входа и усиление монопольной власти.

Стимулы к вертикальной интеграции: снижение транзакционных издержек; "двойная надбавка", снижение давления государственного регулирования, снижение общего риска хозяйствования, снижение потерь от деятельности монополиста.

Вертикальные ограничения как форма контроля над поведением. Вертикальные ограничения на монополистических рынках (давальчество и толлинг), при использовании ненадежных альтернативных форм расчетов (бартер, векселя, казначейские обязательства). Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьютерами. Франчайзинг как форма вертикальной интеграции.

Зарубежный опыт государственной политики по отношению к вертикальной интеграции. Особенности вертикального контроля в российской экономике.

Тема 5. Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке

Понятие "несовершенная конкуренция". Две основные формы несовершенной конкуренции: монополистическая конкуренция и олигополия. Классификация моделей олигополии: модели некооперированной и кооперированной олигополии; количественная и ценовая олигополия.

Некооперированная олигополия. Модели дуополии: модель Курно; модель Чемберлина; модель Штакельберга; модель, отражающая борьбу за лидерство; модель Бертрана, парадокс Бертрана. Модели олигополии: модель Курно; модель Бертрана; модель Штакельберга.

Кооперированная олигополия. Условия, способствующие координации действий олигополий. Открытые и тайные соглашения. Картель. Причины возникновения картелей. Проблема нарушения соглашений. Методы предотвращения нарушения картельного соглашения. Эвристическое ценообразование как инструмент координации. Социальные издержки картеля.

Тема 6. Ценовая дискриминация и ценовая политика фирмы на товарном рынке

Причины возникновения ценовой дискриминации. Условия эффективности ценовой дискриминации. Типы ценовой дискриминации: совершенная ценовая дискриминация (первый тип); ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки (второй тип дискриминации), примеры схем двухчастных тарифов; ценовая дискриминация по группам потребителей (третий тип дискриминации), экспорт как метод ценовой дискриминации третьего типа.

Практика ценовой дискриминации. Связанные продажи. Определение комбинаций объема покупки/цены (нелинейное ценообразование); схема оптимального ценообразования фирмы. Сезонное ценообразование. Скидки как метод ценовой дискриминации. Межвременная дискриминация Парадокс Коуза. Способы предотвращения снижения прибыли в долгосрочном и краткосрочном периодах. Проблема лизинга. Планируемое устаревание товара.

Воздействие ценовой дискриминации на экономическое благосостояние. Воздействие на распределение доходов. Воздействие на экономическую эффективность. Ценовая дискриминация и естественная монополия. Воздействие ценовой дискриминации на конкуренцию. Особые проблемы географической ценовой дискриминации. Ценообразование на основе системы базисных пунктов. Пространственное ценообразование и эффективность.

5. Образовательные технологии

При изучении дисциплины (модуля) используется инновационная образовательная технология на основе интеграции компетентностного и личностно-ориентированного подходов с элементами традиционного лекционно - семинарского и квазипрофессиональ-

ного обучения с использованием активных и интерактивных форм проведения занятий и мультимедийных учебных материалов.

Вид учебных занятий	Форма проведения
Лекции	интерактивная форма - презентации с использованием мультимедийных средств с последующим обсуждением материалов (лекция – визуализация)
Практические занятия	традиционная форма – выполнение конкретных практических заданий по условным и фактическим экономическим данным, изучение методики расчета основных экономических показателей
Самостоятельная работа обучающихся	сочетание традиционной формы (работа с учебной и справочной литературой, изучение материалов интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям и тестированию) и интерактивной формы (выполнение индивидуальных и групповых учебных заданий)

6. Оценочные средства дисциплины (модуля)

Основными видами дисциплинарных оценочных средств являются: на стадии рубежного рейтинга, формируемого по результатам тестирования – тестовые задания; на стадии поощрительного рейтинга, формируемого по результатам написания и защиты рефератов по актуальной проблематике – рефераты; на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи экзамена – вопросы для экзамена.

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) «Теория отраслевых рынков»

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции	Оценочное средство	
			наименование	кол-во
1	Структура рынка. Рыночная концентрация и монопольная власть. Рынок доминирующей фирмы	ПК-2	Тестовые задания	50
			Темы рефератов	2
			Вопросы для экзамена	15
2	Асимметричная информация как фактор монопольной власти	ПК-2	Тестовые задания	8
			Темы рефератов	5
			Вопросы для экзамена	4
3	Дифференциация товара, структура рынка и конкуренция	ПК-2	Тестовые задания	10
			Темы рефератов	5
			Вопросы для экзамена	7
4	Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения	УК-6	Тестовые задания	12
			Темы рефератов	5
			Вопросы для экзамена	6
5	Несовершенная конкуренция и стратегическое поведение фирм на рынке	ПК-3	Тестовые задания	9
			Темы рефератов	5
			Вопросы для экзамена	5
6	Ценовая дискриминация и ценовая политика фирм на товарном рынке	ПК-3	Тестовые задания	11
			Темы рефератов	5
			Вопросы для экзамена	7

6.2. Перечень вопросов для экзамена

1. Рынок как организующий механизм производственной деятельности и спроса (ПК-2).
2. Объект и предмет исследования теории отраслевых рынков (ПК-2).
3. Роль государства в обеспечении результативности рынков (ПК-2).
4. Теории конкуренции и монополии. Общие понятия (ПК-2).
5. Оценки результативности рынка. Конкуренция и эффективность (ПК-2).
6. Результаты господства монополии. (ПК-2).
7. Реальные мировые рынки и тенденции (ПК-2).
8. Основные модели рынка (ПК-2).
9. Эволюция теории отраслевых рынков (ПК-2).
10. Лидерство доминирующей фирмы: детерминанты монопольной власти в краткосрочном периоде (ПК-2).
11. Модель «самоубийственного» поведения доминирующей фирмы (ПК-2).
12. Статические модели ценообразования, ограничивающего вход (ПК-2).
13. Динамическая модель ценообразования, ограничивающего вход (ПК-2).
14. Грабительское ценообразование на рынке доминирующей фирмы (ПК-2).
15. Барьеры входа в отрасль как фактор поведения доминирующей фирмы (ПК-2).
16. Асимметричная информация как фактор монопольной власти (ПК-2).
17. Рынок с асимметрией информации о качестве (ПК-2).
18. Рынок с асимметрией информации о ценах (ПК-2).
19. Модель Чемберлина дифференциации продукта (ПК-2).
20. Горизонтальная и вертикальная дифференциация продукта (ПК-2).
21. Модель «линейного города» (модель Хотеллинга) (ПК-2).
22. Модель «кругового города» (модель Салопа) (ПК-2).
23. Продукт как совокупность характеристик: модель Ланкастера (ПК-2).
24. Расходы на рекламу на рынке дифференцированного продукта (ПК-2).
25. Вертикальная дифференциация продукта (УК-6).
26. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения: общие понятия (УК-6).
27. Формы вертикального контроля (УК-6).
28. Вертикальная интеграция и факторы контроля рынка (УК-6).
29. Вертикальные ограничения и факторы контроля рынка (УК-6).
30. Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами (УК-6).
31. Франчайзинг как особая форма вертикальных ограничений (УК-6).
32. Несовершенная конкуренция. Формы и классификация (ПК-3).
33. Монополистическая конкуренция (ПК-3).
34. Олигополия (ПК-3).
35. Модели некооперативных стратегий поведения (ПК-3).
36. Кооперативные модели поведения олигополистов (ПК-3).
37. Мотивы и условия эффективности ценовой дискриминации (ПК-3).
38. Типы ценовой дискриминации (ПК-3).
39. Совершенная ценовая дискриминация (первый тип дискриминации) (ПК-3).
40. Ценовая дискриминация в зависимости от объема покупки (второй тип дискриминации) (ПК-3).
41. Ценовая дискриминация по группам потребителей - разграничение рынков (третий тип дискриминации) (ПК-3).
42. Связанные продажи (ПК-3).
43. Определение комбинаций объема покупки/цены (нелинейное ценообразование) (ПК-3).
44. Сезонное ценообразование (ПК-3).

6.3. Шкала оценочных средств

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины (модуля), оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина (модуль) имеет итоговый рейтинг - 100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного – (50 баллов) и поощрительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине (модулю) определяется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол-во баллов)
Продвинутый (75 -100 баллов) «отлично»	– полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины (модуля) с раскрытием их сущности и области применения методов изучения процессов и явлений дисциплины (модуля). –умение ясно, логично и грамотно излагать изученный материал, производить собственные размышления, делать умозаключения и выводы с добавлением комментариев, пояснений, обоснований;	тестовые задания (30-40 баллов); реферат (7-10 баллов); вопросы к экзамену, (38-50 баллов)
Базовый (50 -74 балла) – «хорошо»	–знание основных теоретических и методических положений по изученному материалу, указание правильной методики изучения процессов и явлений дисциплины (модуля); –умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстрации теоретических положений;	тестовые задания (20-29 баллов); реферат (5-8 баллов); вопросы к экзамену, (25-37 балл)
Пороговый (35 - 49 баллов) – «удовлетворительно»	–поверхностное знание сущности процессов и явлений изучаемой дисциплины (модуля); –умение осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и частичный анализ данных, касающихся процессов и явлений дисциплины (модуля); –выполнение расчетов показателей, характеризующих процессы и явления изучаемой дисциплины (модуля) с погрешностями методологического плана, ошибками в интерпретации, но позволяющих сделать заключение о верном ходе решения поставленной задачи.	тестовые задания (14-19 баллов); реферат (3-6 балла); вопросы к экзамену (18-24 баллов)
Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «неудовлетворительно»	–незнание терминологии дисциплины (модуля); приблизительное представление о предмете и методах дисциплины (модуля); отрывочное, без логической последовательности изложение информации, косвенным образом за-	тестовые задания (0-13 баллов); реферат (0-4 балла); вопросы к экзамену, (0-17 баллов)

	<p>трагивающей некоторые аспекты программного материала;</p> <p>– неумение выполнить собственные расчеты аналогичного характера по образцу, незнание показателей в предложенном примере;</p> <p>–невладение вычислительными процедурами по определению показателей, характеризующих процессы и явления изучаемой дисциплины (модуля)</p>	
--	--	--

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Учебная литература

1. Заздравных, А. В. Теория отраслевых рынков: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: [Электронный ресурс] / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 288 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8587-0. Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/2EBBE4B1-DDE9-4B65-BD7F-C98017D23099>

2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков в 2 ч. Часть 1: учебник для академического бакалавриата: [Электронный ресурс] / Н. М. Розанова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 345 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01822-6. Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/81139583-8E81-4ADE-AAD3-2AC21C89339A>

3. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков в 2 ч. Часть 2: учебник для академического бакалавриата: [Электронный ресурс] / Н. М. Розанова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 314 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01824-0. Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/86B9E787-4563-4E9D-A645-7CB5A12E4018>

4. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум: учебное пособие: [Электронный ресурс] / Н. М. Розанова. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 492 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03899-6. Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/C5FAAA7D-6866-4C10-81FE-70AA2950E496>

7.2. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

1. Дубовицкий А.А. Учебно-методический комплекс по дисциплине (модулю) «Теория отраслевых рынков» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленность (профиль) Коммерческая деятельность на агропродовольственном рынке – Мичуринск, 2023.

2. Дубовицкий А.А. Методические указания для практических занятий и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) «Теория отраслевых рынков» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленность (профиль) Коммерческая деятельность на агропродовольственном рынке – Мичуринск, 2023.

3. Попова В.Б. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы обучающихся (рефератов, эссе, докладов и др.) для направлений подготовки инсти-

тута экономики и управления (утв. учебно-методическим советом университета протокол учебно-методического совета университета №2 от 20 октября 2021 г.). Мичуринск: Изд-во ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ, 2023 – 24 с.

7.3 Информационные и цифровые технологии (программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы)

Учебная дисциплина (модуль) предусматривает освоение информационных и цифровых технологий. Реализация цифровых технологий в образовательном пространстве является одной из важнейших целей образования, дающей возможность развивать конкурентоспособные качества обучающихся как будущих высококвалифицированных специалистов.

Цифровые технологии предусматривают развитие навыков эффективного решения задач профессионального, социального, личностного характера с использованием различных видов коммуникационных технологий. Освоение цифровых технологий в рамках данной дисциплины (модуля) ориентировано на способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий. Формирование цифровой компетентности предполагает работу с данными, владение инструментами для коммуникации.

7.3.1 Электронно-библиотечная системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 10.03.2020 № ЭБ СУ 437/20/25 (Сетевая электронная библиотека)

2. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 03.04.2023 № 1)

3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 06.04.2023 № 2)

4. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 07.04.2023 № б/н)

5. Электронно-библиотечная система «AgriLib» ФГБОУ ВО РГАЗУ (<http://ebs.rgazu.ru/>) (дополнительное соглашение на предоставление доступа от 13.04.2023 № б/н к Лицензионному договору от 04.07.2013 № 27)

6. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»: Коллекции «Базовый массив» и «Колос-с. Сельское хозяйство» (<https://rucont.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа от 04.04.2023 № 2702/бп22)

7. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 06.04.2023 № 6)

8. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)

9. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 01.08.2018 № 101/НЭБ/4712)

10. Соглашение о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная

универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

7.3.2. Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 03.02.2023 № 11481 /13900/ЭС)
2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 22.12.2022 № 194-01/2023)

7.3.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 11.07.2022 № 530/2022)
2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>
3. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>
4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

7.3.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

№	Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)
1	Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
2	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	Сублицензионный договор с ООО «Софттекс» от 06.07.2022 № б/н, срок действия: с 22.11.2022 по 22.11.2023

3	МойОфис-Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100000819000012 срок действия: бессрочно
4	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagius.ru)	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 17.04.2023 № 6627, срок действия: с 17.04.2023 по 16.04.2024
5	AcrobatReader - просмотр документов PDF, DjVU	AdobeSystems	Свободно распространяемое	-	-
6	FoxitReader - просмотр документов PDF, DjVU	FoxitCorporation	Свободно распространяемое	-	-

7.3.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOwiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>
2. Сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
3. Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Тамбовской области (Тамбовстат). Электронный ресурс. Режим доступа: <http://tmb.gks.ru/>
4. Сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации Электронный ресурс. Режим доступа: <http://mcx.ru>
5. <http://www.rucont.ru>
6. <http://www.edu.ru>
7. Комплект регулярно обновляемых кафедральных электронных учебников.

8. Электронные издание учебников и учебных пособий, а также учебно-методических указаний в библиотеке университета и сети интернет.

7.3.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. Виртуальная доска Padlet: <https://ru.padlet.com>
5. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
6. Сервисы опросов: Яндекс Формы, MyQuiz
7. Сервисы видеосвязи: Яндекс телемост, Webinar.ru
8. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>

7.3.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины

№	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции
1.	Облачные технологии	Лекции Практические занятия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки ПК – 2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации ПК – 3. Способен анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия
2.	Большие данные	Лекции Практические занятия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки ПК – 2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, управлять маркетинговой деятельностью организации ПК – 3. Способен анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины включает: компьютерный класс, мультимедийную аппаратуру; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки), наглядные пособия в виде плакатов и стендов в специализированных аудиториях.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (ул. Интернациональная д.101 - 1/403)	1. Проектор Acer (инв. № 1101047180) Экран рулонный 2. Компьютер Celeron D 430 (инв. № 2101045094) 3. Стенд (инв. №1101043023) 4. Стенд (инв. №1101043022) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.	1. MicrosoftWindowsXP (лицензия № 49413124). 2. MicrosoftOffice 2003 (лицензия № 65291658).
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (лаборатория экономики) (ул. Интернациональная д.101 -1/ 405)	1. Компьютер DualCore, матер.плата AsusP5G41C-MLX, опер.память 2048 Mb, монитор 19" (инв. № 2101045266, 2101045265, 2101045264, 2101045263, 2101045262, 2101045261, 2101045260, 2101045259, 2101045258, 2101045257, 2101045256, 2101045255, 2101045254, 2101045253, 2101045252) 2. Коммутатор DES (инв. №1101043026) 3. Концентратор (инв. №2101061683) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.	1. MicrosoftWindows XP (лицензия № 49413124). 2. MicrosoftOffice 2003 (лицензия № 65291658). 3. Project Expert 7 (договорот 18.12.2012 № 0354/1П-06). 4. Audit Expert 4 Professional (договорот 18.12.2012 № 0354/1П-06). 5. StatisticaBase 6 (договор от 12.01.2012 № 6/12/A) Профессиональные базы данных: 1. Обзор ситуации на агропродовольственном рынке. – Режим доступа: http://mcx.ru/analytics/agro-food-market/ . 2. Обзор конъюнктуры аграрного рынка. - Режим доступа: http://www.specagro.ru/#/analytics/287 . 3. Центральная база статистических данных. - Режим доступа: http://cbsd.gks.ru/ . 4. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/con

		nect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/. 5. Центр корпоративной информации. – Режим доступа: http://www.e-disclosure.ru/ .
Помещение для самостоятельной работы (компьютерный класс) (ул. Интернациональная д. 101 - 1/115)	1. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045275) 2. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045276) 3. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045277) 4. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045278) 5. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045279) 6. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045280) 7. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045281) 8. Компьютер Celeron E3500 (инв. №2101045274) Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.	1. Microsoft Windows XP Professional Russian от 31.12.2006 № 18495261 2. Windows Office Professional 2003 Win 32 Russian 3. Windows для учебных заведений (№ лицензии 18495261: Microsoft Windows XP Professional Russian) Профессиональные базы данных: 1. Обзор ситуации на агропродовольственном рынке. – Режим доступа: http://mcx.ru/analytics/agro-food-market/ . 2. Обзор конъюнктуры аграрного рынка. - Режим доступа: http://www.specagro.ru/#/analytics/287 . 3. Центральная база статистических данных. - Режим доступа: http://cbsd.gks.ru/ . 4. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/ . 5. Центр корпоративной информации. – Режим доступа: http://www.e-disclosure.ru/ .

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. №982

Автор: доцент кафедры экономики и коммерции, к.э.н. Дубовицкий А.А.,

Рецензент: доцент кафедры управления и делового администрирования, к.э.н., Грекова Н.С.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 8 от «20» апреля 2021 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления, протокол № 8 от «20» апреля 2021 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «22» апреля 2021 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 8 от «12» апреля 2022 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «19» апреля 2022 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «21» апреля 2022 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции, протокол № 10 от «01» июня 2023 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 10 от «20» июня 2023 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 10 от «22» июня 2023 г.