

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра економічної теорії

Затверджено

На засіданні кафедри економічної теорії економічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № 1 від 31 серпня 2020р.)

Завідувач кафедри

_____ проф.
Островерх П.І.

Силабус з навчальної дисципліни
“ЕКОНОМІКА ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ”,
що викладається в межах ОПП (ОПН)
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
для здобувачів зі спеціальності 051 “Економіка”
(спеціалізація “Бізнес-економіка»)

Львів 2020 р.

Силабус курсу

ЕКОНОМІКА ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

2020–2021 навчальний рік, IV семестр

Назва курсу	Економіка галузевих ринків
Адреса викладання курсу	79000, Україна, м. Львів, пр. Свободи, 18, економічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет. Кафедра економічної теорії
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки» Спеціальність: 051 «Економіка» Спеціалізація: Бізнес-економіка
Викладачі курсу	Моряк Тетяна Петрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії
Контактна інформація викладачів	Електронна адреса викладача: tetyanamoryak@lnu.edu.ua
Консультації по курсу відбуваються	Щопонеділка, 12:00-13:00 год. (адреса економічного факультету: 79000, Україна, м.Львів, проспект Свободи, 18; ауд. 114) Водночас консультації можуть відбуватися в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через Skype або подібні ресурси. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити.
Сторінка курсу	
Інформація про курс	Курс розроблено таким чином, щоб сформувати в учасників систему знань необхідну для оволодіння сучасним інструментарієм аналізу економіки галузевих ринків, а також обґрунтування та розроблення оптимальної стратегії поведінки фірми в умовах недосконалої конкуренції, її модифікації залежно від реальних та очікуваних дій інших економічних агентів, в тому числі і держави. Тому у курсі представлено як огляд концепцій формування та функціонування різних типів ринкових структур, механізмів впливу структури ринку на поведінку економічних агентів, так і процесів та інструментів прийняття останніми оптимізаційних рішень у різних сферах господарської діяльності залежно від рівня концентрації ринку.
Коротка анотація курсу	Дисципліна «Економіка галузевих ринків» є завершальною нормативною дисципліною зі спеціальності 051 «Економіка» для освітньої програми Бізнес-економіка», яка викладається у 8-му семестрі в обсязі чотирьох кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета та цілі курсу	Метою вивчення нормативної дисципліни «Економіка галузевих ринків» є формування у студентів цілісного уявлення про закономірності формування та функціонування недосконало конкурентних ринків, а також принципи і моделі поведінки фірм залежно від специфіки галузі та особливостей структури ринку. Основними завданнями навчальної дисципліни є: - засвоєння системного аналітичного підходу до аналізу ринків недосконалої конкуренції; - пояснення впливу структури та рівня монополізації галузевого

	<p>ринку на поведінку його суб'єктів і суспільний добробут;</p> <ul style="list-style-type: none"> - поглиблення розуміння закономірностей ринкової поведінки фірми, принципів її внутрішньої організації та механізмів прийняття оптимальних економічних рішень; - оволодіння теоретичними та практичними навиками розроблення стратегії поведінки фірми за різних моделей ринкових структур та оцінки її ефективності як на мікро, так і на макроекономічному рівні. - використання методів, способів і показників аналізу галузевих ринків для оцінки і прогнозування стану власного бізнесу.
<p>Література для вивчення дисципліни</p>	<p>Основна література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ігнатюк А.І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрями регулювання: монографія. Київ: ННЦ ІАЕ, 2010. 465 с. 2. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков. М.: Юрайт, 2010.– 912с. 3. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник. М.: Инфра-М, 2008.– 442с. 4. Лебедев О.Т. Экономика отраслевых рынков: Учебное пособие. СПб.: Бослен Год, 2008 5. Вурос А.Д. Экономика отраслевых рынков. Учебно-методическое пособие – М.: Инфра-М, 2006. <p>Додаткова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пахомова Н.В., Рихтер К.Н. Экономика отраслевых рынков и политика государства. М.: Экономика, 2009.– 816с. 2. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организация промышленности.- СПб.: Экономическая школа, 2000. 3. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков.– М.: ИНФРА-М, 1997.– 696с. 4. Порезанова Е.В. Экономика отраслевых рынков. Учебное пособие для студентов экономических специальностей. Саратов: Издательство Лотос, 2003 5. Авдашева С.Б., Розанова Н.Б. Теория организации отраслевых рынков. –М.: Магистр, 1998. 6. Кабраль Луис М.Б. Организация отраслевых рынков. Вводный курс.– Минск: Новое знание, 2003. 7. Хитер Кен. Экономика отраслей и фирм.- М.: Финансы и статистика, 2004. 8. Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков.- СПб.: Экономическая школа, 2003. т.5 9. Дж. Робинсон. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М., 1994. 10. Э.Чемберлин. Теория монополистической конкуренции, М., 1996.
<p>Тривалість курсу</p>	<p>120 год.</p>
<p>Обсяг курсу</p>	<p>ОФН: 56 годин аудиторних занять. З них 28 годин лекцій, 28 годин лабораторних робіт/практичних занять та 64 години самостійної роботи</p>
<p>Очікувані результати навчання</p>	<p>Після завершення цього курсу студент буде :</p> <p>знати</p> <ul style="list-style-type: none"> - основні теоретико-методологічні концепції аналізу недосконало конкурентних галузевих ринків, - фактори детермінації структури ринку та рівня концентрації ринкової влади; - моделі аналізу галузевих ринків та принципи поведінки фірм на цих ринках за умов диференційованості продукції; - сучасний підхід до розуміння природи фірми, показники її ринкової влади та механізм реалізації цієї влади у вигляді впливу на поведінку інших суб'єктів галузевого ринку, зведенні цінових та нецінових стратегічних

	<p>бар'єрів входу та ін.;</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегії розширення масштабів бізнесу, а також сутність та наслідки інтеграційних процесів, що відбуваються на галузевих ринках; - методичні підходи до визначення оптимальних видатків на рекламу за різних типів ринкових структур; - типи цінової дискримінації та інструментарій її практичної реалізації на галузевих ринках. - особливості та соціально-економічні наслідки поведінки недосконало конкурентних фірм в економіці України <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> • розраховувати на основі типових методик і діючої нормативно-правової бази показники ринкової концентрації, інтерпретувати їх значення та визначати рівень монополізації ринків; • ідентифікувати основні детермінанти впливу структури галузевого ринку на поведінку його суб'єктів та аналізувати їх дію на механізми прийняття господарських рішень; • визначати ступінь ринкової влади фірми та виявляти її вплив на основні параметри функціонування галузевого ринку; • обґрунтовувати та розробляти оптимальні моделі поведінки фірм в умовах недосконало конкурентних ринкових структур; • прогнозувати соціально-економічні наслідки, обраних суб'єктами галузевого ринку виробничих, цінових, рекламних та ін. стратегій; • застосовувати інструментарій сучасної теорії галузевих ринків для аналізу ефективності функціонування конкретних ринків та секторів національної економіки.
Ключові слова	Галузевий ринок, ринкова концентрація, ринкові структури, монопольний ринок, олігопольний ринок, монополістично конкурентний ринок, ринкова влада фірми, домінуюча фірма, державна галузева політика.
Формат курсу	Очний
	Проведення лекцій, семінарських занять робіт та консультації для кращого розуміння тем
Теми	<p>Тема 1. Предмет та методологія теорії галузевих ринків</p> <p>Тема 2. Мікроекономічні основи аналізу галузевих ринків</p> <p>Тема 3. Основні характеристики структури галузевого ринку</p> <p>Тема 4. Бар'єри входу-виходу фірм на галузевий ринок</p> <p>Тема 5. Галузевий ринок та диференціація продукту</p> <p>Тема 6. Активна (домінуюча) фірма на галузевому ринку</p> <p>Тема 7. Стратегія розширення масштабів бізнесу</p> <p>Тема 8. Рекламна стратегія фірми за різних типів ринкових структур</p> <p>Тема 9. Дискримінаційне ціноутворення на галузевих ринках</p> <p>Тема 10. Особливості поведінки фірм на галузевих ринках економіки України</p>
Підсумковий контроль, форма	<p>Письмовий іспит в кінці семестру</p> <p>Контроль за навчально-пізнавальною діяльністю студентів є важливим структурним компонентом навчально-виховного процесу. Підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється за поточним та проміжним контролем знань протягом семестру.</p> <p>З метою перевірки якості підготовки, знань, умінь студента з дисципліни використовуються такі засоби оцінювання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - для поточного контролю - усне опитування, проведення тестування, розв'язання задач, розгляд ситуацій; - для проміжного контролю – проведення модульного контролю, що включають тестування, теоретичні питання;

	- для підсумкового контролю – проведення планового іспиту (тестові завдання, теоретичні питання, задачі).
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких дисциплін як мікроекономіка, вища математика, економетрія, статистика, економіка підприємства, маркетинг, менеджмент, професійна іноземна мова та інших дисциплін, достатніх для сприйняття категоріального апарату навчальної дисципліни «Економіка галузевих ринків» та розуміння наукових джерел з відповідної проблематики.
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Презентація, лекції, комплексні модулі та індивідуальні завдання; електронні матеріали з відповідного курсу та інших пов'язаних курсів у системі (платформі) Moodle, колаборативне навчання (групові проекти, спільні розробки), проектно-орієнтоване навчання, дискусія, написання спільних наукових праць та розробок
Необхідне обладнання	Вивчення курсу «Економіка галузевих ринків» потребує використання загально вживаних програм і операційних систем та електронних матеріалів платформи Moodle.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:</p> <ul style="list-style-type: none"> • практичні/самостійні тощо: 20% семестрової оцінки; максимальна кількість балів -20; • контрольні заміри (модулі): 20% семестрової оцінки; максимальна кількість балів -20 (передбачено виконання двох модулів по 10 балів кожен); • індивідуальне завдання – 10 балів. • іспит/залік: 50% семестрової оцінки. Максимальна кількість балів -50 <p>Підсумкова максимальна кількість балів -100 Форма підсумкового контролю успішності навчання - іспит.</p> <p>При викладанні дисципліни «Економіка галузевих ринків» використовуються такі методи контролю:</p> <p>Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має за мету перевірку рівня підготовки студента до виконання конкретної роботи. Його інструментами є усне опитування, вирішення проблемних питань, розв'язування задач, тестування. Об'єктами поточного контролю знань студентів з дисципліни «Економіка галузевих ринків» є: систематичність та активність роботи на семінарських заняттях; виконання самостійних (індивідуальних) завдань. При оцінці систематичності та активності роботи студента на практичних заняттях враховується: рівень знань, продемонстрований у відповідях на практичних заняттях; активність при обговоренні дискусійних питань; результати виконання практичних робіт, завдань поточного контролю тощо.</p> <p>Проміжний контроль здійснюється у формі модульного контролю і передбачає оцінювання загального рівня теоретичних знань та практичних навичок, набутих студентами під час опанування відповідного змістовного модуля.</p> <p>Передбачено також виконання індивідуального письмового завдання</p> <p>Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання підсумкових результатів навчання і проводиться у формі письмового іспиту.</p> <p>Академічна доброчесність: Очікується, що індивідуальні роботи студентів будуть їх</p>

оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані за результатами поточного та проміжного контролю, а також виконання індивідуального завдання. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
81-89	B	добре	
71-80	C		
61-70	D	задовільно	
51-60	E		
0-509	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання

Питання до заліку чи екзамену.

Структурно екзаменаційний білет включає 3-и складові (разом 50 балів):

- теоретичну частину з 2-а питаннями з вільно конструйованими письмовими відповідями (сумарно 10 балів);
- тести з множинним вибором із списку заданих варіантів відповідей (сумарно 20 балів);
- задачі, для вирішення яких потрібно здійснити певні розрахунки із застосуванням зазначеного в умові методу концептуалізації знань (сумарно 20 балів)

Питання для складання екзамену з навчальної дисципліни

„Економіка галузевих ринків”

1. Предмет та об'єкт аналізу теорії галузевих ринків
2. Методологія дослідження економіки галузевих ринків (ЕГР)
3. Гарвардська парадигма як методологічна основа аналізу ЕГР. Схематичне представлення ранньої та пізньої версії гарвардської парадигми.
4. Мікроекономічний підхід до аналізу організації галузевих ринків
5. Еволюційні етапи аналізу галузевої організації ринків
6. Характеристика основних типів ринкових структур
7. Ціна та обсяг виробництва конкурентної фірми у короткостроковому періоді
8. Умови прибутковості, збитковості та припинення виробництва на досконало конкурентному ринку у короткостроковому періоді
9. Довгострокова рівновага на галузевому ринку досконалої конкуренції. Парадокс прибутку
10. Максимізація прибутку монополіста у короткостроковому періоді
11. Умови прибутковості, збитковості та згорання виробництва монополією у короткостроковому періоді.
12. Суспільні втрати ефективності внаслідок монополізації
13. Проблема визначення меж галузевого ринку. Співвідношення понять „галузь”, „ринок”, „галузевий ринок”
14. Показники визначення меж галузевого ринку
15. Види галузевих ринків та критерії їх класифікації
16. Ринкова концентрація та її параметри. Відносні показники розміру фірми
17. Побудова кривих концентрації виробників
18. Показники ступеня концентрації виробників і покупців на галузевому ринку. Ефективність індексу концентрації при вимірюванні рівня монополізації ринку
19. Індекс Герфіндаля-Гіршмана (ННІ). Визначення величини збільшення ННІ при злитті двох фірм
20. Дисперсія ринкових часток та коефіцієнт варіації. Їх взаємозв'язок з індексом Герфіндаля-Гіршмана
21. Застосування інструментарію кривої Лоренца та коефіцієнта Джині для визначення рівня концентрації ринку
22. Методологія обчислення індексів Гола-Тайдмана та Ханна-Кея
23. Бар'єри входу на галузевий ринок та підходи до їх визначення
24. Класифікація ринків за рівнем вхідних бар'єрів
25. Графічна модель довгострокової рівноваги на ринках з легким входом
26. Види нестратегічних бар'єрів входу фірм на ринок
27. Взаємозв'язок позитивного ефекту масштабу та ринкового попиту галузі як бар'єра входу фірм на ринок та його графічна інтерпретація
28. Визначення кількості фірм, що діють у галузі в стані довгострокової рівноваги
29. Роль вертикальної інтеграції, диверсифікованості діяльності фірми, диференціації товару, маркетингової політики розподілу у зведенні бар'єрів входу на ринок
30. Бар'єр капітальних витрат та його чинники
31. Адміністративні та цивільні бар'єри входу фірм на ринок
32. Бар'єри виходу фірм із ринку
33. Показники входу-виходу фірм на ринок
34. Феномен диференціації товару та її види
35. Показники виміру ступеня диференціації товару на галузевому

<p>ринку</p> <ol style="list-style-type: none"> 36. Бренд як вияв диференціації товару 37. Диференціація товару в умовах монополістичної конкуренції. Основні постулати моделі монополістичної конкуренції Е. Чемберліна 38. Взаємозв'язок ринкового попиту та попиту на продукцію індивідуальної фірми на монополістично конкурентному ринку. 39. Індекс Ротшильда як вимірник ступеня ринкової влади монополістично конкурентної фірми 40. Процес формування рівноваги в короткостроковому періоді в умовах диференційованого товару та його графічна модель 41. Довгострокова рівновага та суспільна ефективність монополістично конкурентної галузі 42. Вибір суспільства між обсягом випуску й різноманітністю. Крива трансформації 43. Вертикальна та горизонтальна диференціація товару 44. Модель горизонтальної диференціації товару К. Ланкастера. Ефективна межа характеристик 45. Вплив на поведінку споживача в моделі К. Ланкастера входу на ринок нової фірми з новим товаром 46. Просторова модель диференціації товару – модель „лінійного міста” Хотеллінга 47. Вплив підвищення транспортних тарифів на економічне становище фірм та „мертва зона” в моделі Хотеллінга. Рівновага Неша. 48. Модель вертикальної диференціації товару Джона Саттона 49. Домінуюча (активна) фірма на галузевому ринку та причини її виникнення 50. Показники ринкової влади фірми. Коефіцієнти Дж.Бейна та Дж.Тобіна 51. Методологія розрахунку індекса Лернера. Особливості обчислення індекса Лернера на олігополістичному ринку 52. Сильний бренд як показник ринкової влади фірми 53. Стратегічні бар'єри входу-виходу фірм на ринок 54. Нецінові стратегічні бар'єри 55. Цінове лідерство домінуючої фірми: модель домінуючої фірми Форхаймера 56. Альтернативи цінової політики домінуючої фірми за відкритого ринку. «Самогубна» цінова політика 57. Статичні моделі ціноутворення, що обмежують вхід: модель абсолютної переваги у витратах Дж. Бейна та відносної переваги у витратах Ф.Модільяні 58. Динамічні моделі ціноутворення, що обмежує вхід 59. „Хижацьке” ціноутворення на ринку домінуючої фірми 60. Поглинання та злиття фірм: суть, види, мотиви 61. Економічні наслідки поглинання та злиття фірм 62. Вертикальна інтеграція та вертикальні обмеження. Ефект «подвійної маржиналізації» 63. Практика поглинання та злиття фірм. Основні методи захисту від поглинання 64. Суть, мета та види рекламних звернень. Реклама в системі вимірників якості товару. 65. Інтенсивність реклами та її визначники. Модель Дорфман-Штайнера 66. Ефективність реклами за різного рівня концентрації ринку. Функції віддачі від реклами для великих та дрібних фірм. 67. Мотиви й умови ефективною ціновою дискримінації. Види цінової

	дискримінації 68. Ступені цінової дискримінації за А.Пігу 69. Цінова дискримінація першого ступеня та її практична реалізація 70. Цінова дискримінація другого ступеня: суть, графічна інтерпретація, умови максимізації прибутку фірми 71. Цінова дискримінація за умов простого та блокового тарифів 72. Цінова дискримінація третього ступеня: умови виникнення, алгебраїчний та графічний аналіз 73. Дискримінаційне ціноутворення в практиці продажу 74. Оцінка рівня монополізації галузевих ринків економіки України 75. Особливості та соціально-економічні наслідки поведінки недосконало конкурентних фірм в Україні
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

Схема курсу «Економіка галузевих ринків»

Змістовий модуль 1.

Теоретико-методологічні основи дослідження економіки галузевих ринків

Тема	Лекції	Практичні	Самостійна робота
Тема 1. Предмет та методологія теорії галузевих ринків.	2	2	6
Тема 2. Мікроекономічні основи аналізу галузевих ринків	2	2	6
Тема 3. Основні характеристики структури галузевого ринку	4	4	7
Тема 4. Бар'єри входу-виходу фірм на галузевий ринок	2	2	6
Тема 5. Галузевий ринок та диференціація продукту	4	4	7
Всього	14	14	32

Змістовий модуль 2. Оптимізаційна поведінка фірми в умовах недосконало конкурентних ринкових структур

Тема	Лекції	Практичні	Самостійна робота
Тема 6. Активна (домінуюча) фірма на галузевому ринку	4	4	7
Тема 7. Стратегія розширення масштабів бізнесу	2	2	6
Тема 8. Рекламна стратегія фірми за різних типів ринкових структур	2	2	6
Тема 9. Дискримінаційне ціноутворення на галузевих ринках	4	4	7
Тема 10. Особливості поведінки фірм на галузевих ринках економіки України	2	2	6
Всього	14	14	32

СХЕМА КУРСУ
8-й семестр

Тиж. / дата / год.-	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота)	Література.*** Ресурси в інтернеті	Завдання, год	Термін виконання
1.	Тема 1. Предмет та методологія теорії галузевих ринків Предмет та об'єкт аналізу теорії галузевих ринків Методологія дослідження економіки галузевих ринків (ЕГР). Гарвардська парадигма як методологічна основа аналізу ЕГР. Мікроскопомічний підхід до аналізу організації галузевих ринків. Еволюційні етапи аналізу галузевої організації ринків.	Лекція – 2 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 2 год	ОЛ: 1–5 ДЛ: 1–10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 1
2.	Тема 2. Мікроекономічні основи аналізу галузевих ринків Характеристика основних типів ринкових структур. Ціна та обсяг виробництва в умовах досконалої конкуренції. Ціна та обсяг виробництва конкурентної фірми у короткостроковому періоді. Умови прибутковості, збитковості та припинення виробництва на досконало конкурентному ринку у короткостроковому періоді. Довгострокова рівновага на галузевому ринку досконалої конкуренції. Парадокс прибутку Ціна та обсяг виробництва в умовах чистої монополії. Максимізація прибутку монополіста у короткостроковому періоді. Умови прибутковості, збитковості та згорання виробництва монополією у короткостроковому періоді. Рівновага монополіста у довгостроковому періоді.	Лекція – 2 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 2 год	ОЛ: 1–5 ДЛ: 1–10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 2
3-4.	Тема 3. Основні характеристики структури галузевого ринку Проблема визначення меж галузевого ринку. Співвідношення понять „галузь”, „ринок”, „галузевий ринок”. Показники визначення меж галузевого ринку. Види галузевих ринків та критерії їх класифікації Ринкова концентрація та її параметри. Відносні показники розміру фірми. Побудова кривих концентрації виробників Показники ступеня концентрації виробників і покупців на галузевому ринку. Ефективність індексу концентрації при вимірюванні рівня монополізації ринку. Індекс Герфіндаля-Гіршмана (ННІ). Дисперсія ринкових часток та коефіцієнт варіації. Застосування інструментарію кривої Лоренца та коефіцієнта Джині для визначення рівня концентрації ринку Методологія обчислення індексів Гола-Тайдмана та Ханна-Кея	Лекція – 4 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 4 год	ОЛ: 1–5 ДЛ: 1–10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 3-4
5.	Тема 4. Бар'єри входу-виходу фірм на галузевий ринок Бар'єри входу на галузевий ринок та підходи до їх визначення. Класифікація ринків за рівнем вхідних бар'єрів. Довгострокова рівновага на ринках з легким входом. Види нестратегічних бар'єрів входу фірм на ринок. Взаємозв'язок позитивного ефекту масштабу та ринкового попиту галузі як бар'єра входу фірм на ринок та його графічна інтерпретація. Роль вертикальної інтеграції, диверсифікованості діяльності фірми, диференціації товару, маркетингової політики розподілу у зведенні бар'єрів входу на ринок. Бар'єр капітальних витрат та його чинники Адміністративні та цивільні бар'єри входу фірм на ринок Бар'єри виходу фірм із ринку. Показники входу-виходу фірм на ринок	Лекція – 2 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 2 год	ОЛ: 1–5 ДЛ: 1–10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 5
6-7.	Тема 5. Галузевий ринок та диференціація продукту Феномен диференціації товару, її види та показники виміру. Бренд як вияв диференціації товару Диференціація товару в умовах монополістичної конкуренції. Основні постулати моделі монополістичної	Лекція – 4 год; практичне заняття (групова робота,	ОЛ: 1–5 ДЛ: 1–10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних	Тиждень 6-7

	конкуренції Е. Чемберліна. Індекс Ротшильда як вимірник ступеня ринкової влади монополістично конкурентної фірми. Процес формування рівноваги в короткостроковому періоді в умовах диференційованого товару та його графічна модель. Довгострокова рівновага та суспільна ефективність монополістично конкурентної галузі Вибір суспільства між обсягом випуску й різноманітністю. Крива трансформації Вертикальна та горизонтальна диференціація товару. Модель горизонтальної диференціації товару К. Ланкастера. Ефективна межа характеристик Просторова модель диференціації товару – модель „лінійного міста” Хотеллінга. Рівновага Неша. Модель вертикальної диференціації товару Джона Саттона	дискусія) – 4 год		завдань	
8-9.	Тема 6. Активна (домінуюча) фірма на галузевому ринку Домінуюча (активна) фірма на галузевому ринку та причини її виникнення. Показники ринкової влади фірми. Коефіцієнти Дж.Бейна та Дж.Тобіна. Методологія розрахунку індекса Лернера. Особливості обчислення індекса Лернера на олігополістичному ринку. Сильний бренд як показник ринкової влади фірми Стратегічні бар'єри входу-виходу фірм на ринок. Нецінові стратегічні бар'єри. Цінове лідерство домінуючої фірми: модель домінуючої фірми Форхаймера Альтернативи цінової політики домінуючої фірми за відкритого ринку. «Самогубна» цінова політика Статичні моделі ціноутворення, що обмежують вхід: модель абсолютної переваги у витратах Дж. Бейна та відносної переваги у витратах Ф.Модільяні. Динамічні моделі ціноутворення, що обмежує вхід. „Хижацьке” ціноутворення на ринку домінуючої фірми.	Лекція – 4 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 4 год	ОЛ: 1–5 ДЛ: 1–10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань	Тиждень 8-9
10.	Тема 7. Стратегія розширення масштабів бізнесу Поглинання та злиття фірм: суть, види, мотиви. Економічні наслідки поглинання та злиття фірм. Результати аналітичних досліджень ефективності злиттів та поглинань фірм. Вертикальна інтеграція та вертикальні обмеження. Ефект «подвійної маржиналізації». Переваги та недоліки процесів вертикальної інтеграції. Вертикальні обмеження як особливий тип угод між фірмами. Франчайзингові контракти. Практика поглинання та злиття фірм. Основні методи захисту від поглинання	Лекція – 2 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 2 год	ОЛ: 1–5 ДЛ: 1–10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань	Тиждень 10
11	Тема 8. Рекламна стратегія фірми за різних типів ринкових структур Суть, мета та види рекламних звернень. Реклама в системі вимірників якості товару. Інтенсивність реклами та її визначники. Визначення оптимального рівня витрат на рекламні оголошення. Модель Дорфман-Штайнера. Ефективність реклами за різного рівня концентрації ринку. Функції віддачі від реклами для великих та дрібних фірм. Поріг ефективності рекламних звернень. Реклама як бар'єр входу-виходу на галузевий ринок.	Лекція – 2 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 2 год	ОЛ: 1–5 ДЛ: 1–10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань	Тиждень 11
12-13	Тема 9. Дискримінаційне ціноутворення на галузевих ринках Мотиви й умови ефективною цінової дискримінації. Бар'єри розподілу покупців між секторами ринку. Види цінової дискримінації. Ступені цінової дискримінації за А.Пігу Цінова дискримінація першого ступеня та її практична реалізація. Система двочастинного тарифу. Цінова дискримінація другого ступеня: суть, графічна інтерпретація, умови максимізації прибутку фірми. Цінова дискримінація за умов простого та блокового тарифів. Цінова дискримінація третього ступеня: умови виникнення, алгебраїчний та графічний аналіз. Дискримінаційне ціноутворення в практиці продажу. Класифікація методів цінової дискримінації за Ф. Махлупом: індивідуальна, групова та товарна дискримінація..	Лекція – 4 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 4 год	ОЛ: 1–5 ДЛ: 1–10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань	Тиждень 12-13

	Вплив цінової дискримінації на економічні процеси.				
14.	<p>Тема 10. Особливості поведінки фірм на галузевих ринках економіки України</p> <p>Інституційні та економічні чинники монополізаційних процесів в економіці України. Оцінка рівня монополізації галузевих ринків економіки України.</p> <p>Особливості реалізації цінової та нецінової конкуренції у вітчизняній економіці. Недобросовісна конкуренція.</p> <p>Соціально-економічні наслідки поведінки недосконало конкурентних фірм в Україні</p>	Лекція – 2 год; практичне заняття (групова робота, дискусія) – 2 год	ОЛ: 1–5 ДЛ: 1–10	Опрацювати літературу (включно з виконанням практичних завдань)	Тиждень 14

Автор

/Т.П.Моряк/