

**Вопросы для экзамена по дисциплине
«Теория отраслевых рынков»**

1. История развития теории отраслевых рынков. Основные характеристики этапов развития. Представители.
2. Гарвардская школа в теории отраслевых рынков. Представители.
3. Чикагская школа в теории отраслевых рынков. Представители.
4. Теория отраслевых рынков как наука. Предмет и объект исследования отраслевой организации рынков.
5. Место фирмы в теории отраслевых рынков. Основные концепции фирмы.
6. Классификация внутренних структур фирмы: по размеру, по форме собственности, по организационно-правовой форме, по типу внутренней структуры управления, по цели фирм.
7. Место фирмы в теории отраслевых рынков. Издержки и прибыль фирмы. Средние издержки в долгосрочном периоде. Эффект масштаба.
8. Место фирмы в теории отраслевых рынков. Равновесие фирмы в краткосрочном периоде.
9. Место фирмы в теории отраслевых рынков. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.
10. Понятие рынка в теории отраслевых рынков. Границы отраслевого рынка и подходы к их определению.
11. Понятие отрасли в теории отраслевых рынков. Практика развитых стран по выделению отраслей для анализа рыночных структур. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности.
12. Понятие рынка в теории отраслевых рынков. Классификация рынков.
13. Понятие рынка в теории отраслевых рынков. Типы рыночных структур.
14. Понятие рынка в теории отраслевых рынков. Факторы, определяющие рыночную структуру.
15. Показатели отраслевой концентрации: индекс концентрации, индекс Херфиндала-Хиршмана, дисперсия рыночных долей, индекс Холла-Тайдмана, индекс Джини, индекс Линда.
16. Показатели рыночной власти фирмы: индекс Бэйна, индекс Тобина, индекс Лернера.
17. Дифференциация продукта. Виды дифференциации.
18. Дифференциация продукта. Измерение продуктовой дифференциации.
19. Модели дифференциации продукта: модель монополистической конкуренции Чемберлина.
20. Модели дифференциации продукта: модель линейного города Хотеллинга.
21. Модели дифференциации продукта: модель кругового города Салопы.
22. Реклама как фактор продуктовой дифференциации: модель Дорфмана-Штайнера.
23. Диверсификация фирмы. Показатели для измерения уровня диверсификации фирмы
24. Вертикальная интеграция как экономическое явление. Виды интеграции. Особенности вертикально интегрированных производственных структур в России.
25. Вертикальные ограничения. Типы вертикальных ограничений.

26. Вертикальная интеграция как экономическое явление. Стимулы к вертикальной интеграции.
27. Барьеры входа-выхода на отраслевой рынок. Виды барьеров.
28. Нестратегические барьеры входа-выхода на отраслевой рынок.
29. Стратегические барьеры входа-выхода на отраслевой рынок. Проблемы стратегических барьеров.
30. Монополия как объект экономического анализа. Максимизации прибыли монополии.
31. Монополия на отраслевом рынке. Последствия монопольной власти фирмы.
32. Модели стратегического взаимодействия фирм на отраслевом рынке: модель Курно.
33. Модели стратегического взаимодействия фирм на отраслевом рынке: модель Штакельберга.
34. Модели стратегического взаимодействия фирм на отраслевом рынке: модель Бертрана.
35. Модели стратегического взаимодействия фирм на отраслевом рынке: модель Форхаймера.
36. Кооперативные стратегии поведения фирм: картель. Факторы, облегчающие сохранение картеля.
37. Ценовая дискриминация как экономическое явление. Условия, необходимые для проведения эффективной политики ценовой дискриминации.
38. Ценовая дискриминация как экономическое явление. Ценовая дискриминация первой степени.
39. Ценовая дискриминация как экономическое явление. Ценовая дискриминация второй степени.
40. Ценовая дискриминация как экономическое явление. Ценовая дискриминация третьей степени.
41. Ценовая дискриминация как экономическое явление. Практика ценовой дискриминации.
42. Ценовая дискриминация как экономическое явление. Воздействие ценовой дискриминации на экономические процессы.
43. Отраслевая политика государства и ее инструменты.
44. Отраслевая политика государства. Типы отраслевой политики.
45. Государственное регулирование монополий: ценовые методы.
46. Государственное регулирование монополий: неценовые методы.
47. Государственная антимонопольная политика: цели, методы осуществления, критерии эффективности.
48. Государственная антимонопольная политика. Антимонопольная политика в России.