

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Суворов Антон Дмитриевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 08.10.2026 14:01:42

Уникальный программный ключ:

a39bdb15d680d3b0adb1ed0eff51e814747d10

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский университет»
«Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Отраслевые рынки»

ID SmartPlan: 1150434

Москва, 2026

Характеристика программы

Реализующий департамент	департамент прикладной экономики
Образовательные программы	• Совместная программа по экономике НИУ ВШЭ и РЭШ • Экономика • Экономика и анализ данных
Период реализации	1 модуль 2026/2027 - 2 модуль 2026/2027
Язык	• Английский
Охват аудитории	для своего кампуса
Объем дисциплины	6.0 кр., 228 ч. (56 контактной работы, их них: 28 ч. лекций, 28 ч. семинары, 172 ч. самостоятельная работа)
Онлайн курс	—
Технологии реализации	• Лекции: офлайн занятия • Семинары: офлайн занятия
Авторы	Казакова Екатерина Александровна

Аннотация

Курс посвящён теории отраслевых рынков, изучающей поведение фирм, его влияние на структуру отраслей и меры отраслевого регулирования. В более широком контексте рассматриваются несовершенная конкуренция и стратегическое взаимодействие фирм в различных секторах экономики, а также объясняются различия между отраслями. В числе возможных стратегий изучаются ценовые и производственные стратегии; конкуренция в сфере инноваций и сотрудничество в области исследований и разработок; стратегии информативной и убеждающей рекламы; различные антиконкурентные практики: сговор, поддержание розничных цен, ценовая дискриминация, связанные продажи, эксклюзивные условия договоров, хищническое поведение и сдерживание входа на рынок.

В рамках курса студенты знакомятся с основными статическими и динамическими моделями монополии и олигополии, моделями горизонтальной и вертикальной дифференциации продукции, а также моделями асимметричной информации. Кроме того, анализируются структура отраслей и результаты их функционирования. Студенты осваивают методы измерения рыночной концентрации и изучают её связь с уровнем конкуренции. Особое внимание уделяется факторам и последствиям вертикальных и горизонтальных слияний. На протяжении курса рассматриваются возможные способы регулирования рынков и соответствующие меры антимонопольной политики.

Предварительные требования: оценка не ниже 6 по дисциплинам «Микроэкономика-1» и «Микроэкономика-2».

Цели освоения

- Ознакомить студентов с основными моделями теории отраслевых рынков, позволяющими понимать стратегии, которые фирмы выбирают для приобретения и сохранения рыночной власти.
- Развить навыки микроэкономического анализа и моделирования, применимые, в частности, при подготовке курсовых и выпускных квалификационных работ, предполагающих анализ на уровне фирмы или отрасли.

Планируемые результаты

- Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.
- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.

- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Систематизация знаний о совершенной конкуренции и понимание её основных принципов.
- Систематизация знаний об основах теории игр. Умение находить равновесие Нэша, совершенное по подыграм равновесие Нэша и совершенное байесовское равновесие Нэша.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание основных вопросов теории отраслевых рынков. Знание истории её развития.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

Разделы дисциплины

Название: Введение

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Введение в теорию отраслевых рынков. История её развития. Основные вопросы, изучаемые в теории отраслевых рынков. Определение границ рынка.

Название: Повторение основ совершенной конкуренции и монополии

Часы: самостоятельная работа: 16 ч.

Описание: Моделирование спроса и предложения в условиях совершенной конкуренции. Общее равновесие. Монополия: базовая модель и модель доминирующей фирмы. Естественная монополия.

Название: Повторение основ теории игр

Часы: самостоятельная работа: 16 ч.

Описание: Повторение основных инструментов теории игр, применяемых в теории отраслевых рынков. Статические и динамические игры.

Название: Статическая олигополия

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Модели Курно и Бертрана для рынков однородной продукции.

Название: Динамическая олигополия и сговор

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Сговор. Схемы наказания за отклонение от сговора.

Название: Ценовые стратегии

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Ценовая дискриминация, нелинейное ценообразование, межвременная ценовая дискриминация.

Название: Дифференциация продукции

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Безадресный (товарный) подход: модели Курно и Бертрана с дифференцированной продукцией. Монополистическая конкуренция. Адресный (пространственный) подход: модели Хотеллинга и Салопа. Подход на основе характеристик продукции.

Название: Реклама

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Информативная и убеждающая реклама в условиях монополии. Информативная и убеждающая реклама в условиях олигополии.

Название: Патенты, исследования и разработки

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Значительные и незначительные инновации. Инновации и структура рынка. Внешние эффекты исследований и разработок, сотрудничество в области исследований и разработок и совместные предприятия. Патенты.

Название: Несовершенная информация

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Модель Акерлофа. Сигнализирование о качестве посредством репутации, рекламы, цены и гарантий. Потребительский поиск.

Название: Сетевые эффекты

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Прямые и косвенные сетевые эффекты. Конкуренция на рынке сетевых благ. Регулирование рынка сетевых благ.

Название: Платформы

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Двусторонние рынки.

Название: Вертикальные отношения

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Двойная маргинализация. Разделение выручки. Поддержание розничных цен. Эксклюзивное дилерство и эксклюзивные территории. Критика со стороны Чикагской школы.

Название: Слияния

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Базовая модель горизонтальных слияний в условиях конкуренции по Курно. Расширения модели: слияние нескольких фирм, экономия от масштаба и ограничения производственных мощностей, синергетические эффекты, последовательные слияния, вход на рынок, конкуренция по Бертрону, дифференциация продукции, координационные эффекты. Анализ влияния слияний на общественное благосостояние.

Название: Вход на рынок и структура рынка

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: Определение границ рынка. Индексы концентрации. Вход на рынок и связанные с ним стратегии. Сдерживание и допущение входа на рынок. Постулат Бейна — Сайлоса. Экономика дзюдо. Насыщение рынка брендами.

Название: Антимонопольная политика

Часы: лекции: 2 ч., семинары: 2 ч., самостоятельная работа: 10 ч.

Описание: История антимонопольной политики. Выявление сговора. Теорема о неразличимости. Программы смягчения ответственности. Обобщение мер регулирования рынков, рассмотренных на предыдущих лекциях.

Система оценивания

Промежуточная аттестация (2026/2027 учебный год 2 модуль)

Формула оценивания: Домашнее задание 1 * 0.120 + Презентация * 0.050 + Тест * 0.050 + Домашнее задание 2 * 0.120 + Домашнее задание 3 * 0.120 + Essay: Эссе * 0.140 + Презентация * 0.050 + Тест * 0.050 + Контрольная работа * 0.300

Правила пересдачи: Порядок повторной сдачи экзамена аналогичен порядку при первой сдаче.

- Домашнее задание 1

Коэффициент: 0.120

Проводится:

– 2026/2027 учебный год 1 модуль

Учебный период, Оффлайн

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 1 модуль

Критерии оценивания: Домашнее задание охватывает теоретические вопросы, связанные со статическими и динамическими моделями олигополии, а также со стратегиями ценообразования. Оно состоит из теоретических вопросов, для каждого из которых указано максимальное количество баллов, которое может быть начислено при правильном выполнении задания. Оценка выставляется на основе общего количества набранных баллов. Проверяет планируемые результаты обучения:

– Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.

– Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.

– Систематизация знаний о совершенной конкуренции и понимание её основных принципов.

– Систематизация знаний об основах теории игр. Умение находить равновесие Нэша, совершенное по подыграм равновесие Нэша и совершенное байесовское равновесие Нэша.

– Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.

– Понимание основных вопросов теории отраслевых рынков. Знание истории её развития.

• Презентация 1

Коэффициент: 0.050

Проводится:

– 2026/2027 учебный год 1 модуль

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Оффлайн

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 1 модуль

Критерии оценивания: Презентация должна раскрывать основные аспекты антимонопольного дела или события на рынке. В частности, необходимо рассмотреть: (1) определение границ рынка, (2) состояние рынка до и после события, (3) основные экономические эффекты и компромиссы, возникающие в результате события. Продолжительность презентации не должна превышать 10 минут.

Каждый раздел оценивается по 10-балльной шкале. Вес разделов составляет: (1) определение границ рынка — 25%, (2) состояние рынка — 25%, (3) экономические компромиссы — 30%, (4) связь с теорией отраслевых рынков — 20%. Итоговая оценка рассчитывается с учётом указанных весов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.
- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.

- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Тест 1

Коэффициент: 0.050

Проводится:

- 2026/2027 учебный год 1 модуль
- 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Онлайн, Без прокторинга

Оценивается:

- 2026/2027 учебный год 1 модуль

Описание: Тесты проводятся на каждой лекции и содержат вопросы по материалу предыдущей лекции.

Критерии оценивания: При расчёте итоговой оценки учитываются 10 тестов с наиболее высокими оценками. Вес каждого теста составляет 1% итоговой оценки.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.

- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание основных вопросов теории отраслевых рынков. Знание истории её развития.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Домашнее задание 2

Коэффициент: 0.120

Проводится:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Оффлайн

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Критерии оценивания: Домашнее задание охватывает теоретические вопросы, связанные с дифференциацией продукции и рекламой, исследованиями и разработками, а также базовыми сигнальными играми в теории отраслевых рынков. Задание состоит из теоретических вопросов, для каждого из которых установлен максимальный балл, начисляемый при правильном выполнении. Оценка рассчитывается на основе общей суммы набранных баллов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.

– Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.

• **Домашнее задание 3**

Коэффициент: 0.120

Проводится:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Оффлайн

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Критерии оценивания: Домашнее задание охватывает теоретические вопросы, связанные со структурой рынка: слияниями, входом на рынок, сетевыми благами и платформами. Задание состоит из теоретических вопросов, для каждого из которых установлен максимальный балл, начисляемый при правильном выполнении. Оценка рассчитывается на основе общей суммы набранных баллов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

– Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.

– Знание основ анализа слияний.

– Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.

– Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• **Эссе**

Коэффициент: 0.140

Проводится:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

10 дней до сессии, Оффлайн

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Критерии оценивания: Эссе выполняется в формате ответов на вопросы. Необходимо проанализировать реальный рынок или антимонопольное дело и построить простую теоретическую модель, описывающую отдельные эффекты. Для каждого вопроса установлен максимальный балл, начисляемый при правильном выполнении. Оценка рассчитывается на основе общей суммы набранных баллов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.
- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Презентация 2

Коэффициент: 0.050

Проводится:

- 2026/2027 учебный год 1 модуль
- 2026/2027 учебный год 2 модуль

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Критерии оценивания: Презентация должна раскрывать основные аспекты антимонопольного дела или события на рынке. В частности, необходимо рассмотреть: (1) определение границ рынка, (2) состояние рынка до и после события, (3) основные экономические эффекты и компромиссы, возникающие в результате события. Продолжительность презентации не должна превышать 10 минут.

Каждый раздел оценивается по 10-балльной шкале. Вес разделов составляет: (1) определение границ рынка — 25%, (2) состояние рынка — 25%, (3) экономические компромиссы — 30%, (4) связь с теорией отраслевых рынков — 20%. Итоговая оценка рассчитывается с учётом указанных весов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.
- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Тест 2

Коэффициент: 0.050

Проводится:

– 2026/2027 учебный год 1 модуль

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Онлайн, Без прокторинга

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Описание: Тесты проводятся на каждой лекции и содержат вопросы по материалу предыдущей лекции.

Критерии оценивания: При расчёте итоговой оценки учитываются 10 тестов с наиболее высокими оценками. Вес каждого теста составляет 1% итоговой оценки.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание основных вопросов теории отраслевых рынков. Знание истории её развития.

– Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.

– Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Контрольная работа

Коэффициент: 0.300

Проводится:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Сессия, Оффлайн

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Является экзаменом

Блокирует: Блокирует часть оценки (экзамен состоит из 5 вопросов типа «Верно/неверно», 5 открытых вопросов и 2–3 текстовых задач. Для успешной сдачи экзамена достаточно набрать не менее 25% от максимального количества баллов).

Пересдача: возможна

Правила пересдачи: Структура пересдачи аналогична структуре экзамена при первой сдаче.

Критерии оценивания: Вопросы типа «Верно/неверно» — максимум 20 баллов. Открытые вопросы — максимум 30 баллов. Текстовые задачи — максимум 50 баллов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

– Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.

– Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.

– Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.

– Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.

– Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.

- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Систематизация знаний о совершенной конкуренции и понимание её основных принципов.
- Систематизация знаний об основах теории игр. Умение находить равновесие Нэша, совершенное по подыграм равновесие Нэша и совершенное байесовское равновесие Нэша.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание основных вопросов теории отраслевых рынков. Знание истории её развития.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Презентация 1

Коэффициент: 0.050

Проводится:

- 2026/2027 учебный год 1 модуль
- 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Оффлайн

Оценивается:

- 2026/2027 учебный год 1 модуль

Критерии оценивания: Презентация должна раскрывать основные аспекты антимонопольного дела или события на рынке. В частности, необходимо рассмотреть: (1) определение границ рынка, (2) состояние рынка до и после события, (3) основные экономические эффекты и компромиссы, возникающие в результате события. Продолжительность презентации не должна превышать 10 минут.

Каждый раздел оценивается по 10-балльной шкале. Вес разделов составляет: (1) определение границ рынка — 25%, (2) состояние рынка — 25%, (3) экономические компромиссы — 30%, (4) связь с теорией отраслевых рынков — 20%. Итоговая оценка рассчитывается с учётом указанных весов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.
- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Тест 1

Коэффициент: 0.050

Проводится:

- 2026/2027 учебный год 1 модуль
- 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Онлайн, Без прокторинга

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 1 модуль

Описание: Тесты проводятся на каждой лекции и содержат вопросы по материалу предыдущей лекции.

Критерии оценивания: При расчёте итоговой оценки учитываются 10 тестов с наиболее высокими оценками. Вес каждого теста составляет 1% итоговой оценки.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание основных вопросов теории отраслевых рынков. Знание истории её развития.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• **Домашнее задание 2**

Коэффициент: 0.120

Проводится:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Оффлайн

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Критерии оценивания: Домашнее задание охватывает теоретические вопросы, связанные с дифференциацией продукции и рекламой, исследованиями и разработками, а также базовыми сигнальными играми в теории отраслевых рынков. Задание состоит из теоретических вопросов, для каждого из которых установлен максимальный балл, начисляемый при правильном выполнении. Оценка рассчитывается на основе общей суммы набранных баллов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.

• Домашнее задание 3

Коэффициент: 0.120

Проводится:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Оффлайн

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Критерии оценивания: Домашнее задание охватывает теоретические вопросы, связанные со структурой рынка: слияниями, входом на рынок, сетевыми благами и платформами. Задание состоит из теоретических вопросов, для каждого из которых установлен максимальный балл, начисляемый при правильном выполнении. Оценка рассчитывается на основе общей суммы набранных баллов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Эссе

Коэффициент: 0.140

Проводится:

- 2026/2027 учебный год 2 модуль

10 дней до сессии, Оффлайн

Оценивается:

- 2026/2027 учебный год 2 модуль

Критерии оценивания: Эссе выполняется в формате ответов на вопросы. Необходимо проанализировать реальный рынок или антимонопольное дело и построить простую теоретическую модель, описывающую отдельные эффекты. Для каждого вопроса установлен максимальный балл, начисляемый при правильном выполнении. Оценка рассчитывается на основе общей суммы набранных баллов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.
- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.

- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Презентация 2

Коэффициент: 0.050

Проводится:

- 2026/2027 учебный год 1 модуль
- 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Оффлайн

Оценивается:

- 2026/2027 учебный год 2 модуль

Критерии оценивания: Презентация должна раскрывать основные аспекты антимонопольного дела или события на рынке. В частности, необходимо рассмотреть: (1) определение границ рынка, (2) состояние рынка до и после события, (3) основные экономические эффекты и компромиссы, возникающие в результате события. Продолжительность презентации не должна превышать 10 минут.

Каждый раздел оценивается по 10-балльной шкале. Вес разделов составляет: (1) определение границ рынка — 25%, (2) состояние рынка — 25%, (3) экономические компромиссы — 30%, (4) связь с теорией отраслевых рынков — 20%. Итоговая оценка рассчитывается с учётом указанных весов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.
- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.

- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Тест 2

Коэффициент: 0.050

Проводится:

- 2026/2027 учебный год 1 модуль
- 2026/2027 учебный год 2 модуль

Учебный период, Онлайн, Без прокторинга

Оценивается:

- 2026/2027 учебный год 2 модуль

Описание: Тесты проводятся на каждой лекции и содержат вопросы по материалу предыдущей лекции.

Критерии оценивания: При расчёте итоговой оценки учитываются 10 тестов с наиболее высокими оценками. Вес каждого теста составляет 1% итоговой оценки.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание основных вопросов теории отраслевых рынков. Знание истории её развития.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.
- Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

• Контрольная работа

Коэффициент: 0.300

Проводится:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Сессия, Оффлайн

Оценивается:

– 2026/2027 учебный год 2 модуль

Является экзаменом

Блокирует: Блокирует часть оценки (экзамен состоит из 5 вопросов типа «Верно/неверно», 5 открытых вопросов и 2–3 текстовых задач. Для успешной сдачи экзамена достаточно набрать не менее 25% от максимального количества баллов).

Пересдача: возможна

Правила пересдачи: Структура пересдачи аналогична структуре экзамена при первой сдаче.

Критерии оценивания: Вопросы типа «Верно/неверно» — максимум 20 баллов. Открытые вопросы — максимум 30 баллов. Текстовые задачи — максимум 50 баллов.

Проверяет планируемые результаты обучения:

- Умение моделировать выбор рекламных стратегий. Понимание последствий рекламы.
- Умение моделировать ценовые решения и различать виды ценовой дискриминации.
- Знание основ антимонопольной политики и политики защиты конкуренции.
- Понимание модели Хотеллинга и различий между адресным и безадресным подходами к моделированию дифференциации продукции.
- Знание способов достижения результатов вертикальной интеграции без осуществления самой интеграции.
- Знание различных способов сигнализирования о качестве и понимание искажений, возникающих в условиях неопределённости. Понимание основ потребительского поиска.
- Знание основ анализа слияний.
- Понимание основ сговора, стимулов к участию в нём и условий его устойчивости.
- Знание основ принятия решений в области исследований и разработок и патентного регулирования.
- Систематизация знаний о совершенной конкуренции и понимание её основных принципов.
- Систематизация знаний об основах теории игр. Умение находить равновесие Нэша, совершенное по подыграм равновесие Нэша и совершенное байесовское равновесие Нэша.
- Понимание различий между количественной и ценовой конкуренцией, а также основных моделей конкуренции на рынках однородной продукции.
- Понимание основных вопросов теории отраслевых рынков. Знание истории её развития.
- Понимание последствий наличия сетевых эффектов и умение применять эти знания при моделировании рынков с сетевыми эффектами.

– Понимание стратегий сдерживания и допущения входа на рынок и их влияния на рыночное равновесие. Умение определять границы рынка и измерять рыночную концентрацию.

Литература

Дополнительная литература

1. Microeconomic theory, eng : англ.Mas-Colell, A.0-19-510268-11995
2. Industrial organization : a strategic approach, eng : англ.Church, J.0-256-20571-X2000

Основные электронные ресурсы

1. Belleflamme, P., & Peitz, M. (2010). Industrial Organization : Markets and Strategies. Cambridge, UK: Cambridge eText. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=324082>
2. Oz Shy. (1996). Industrial Organization: Theory and Applications. The MIT Press. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsrep&AN=edsrep.b.mtp.titles.0262691795>

Программное обеспечение

Наименование	Характеристика
Яндекс.Документы	Офисное ПО

Материально-техническое обеспечение

Тип аудиторий

- Лекционные
- Семинарские

Оснащение аудиторий

- Персональный компьютер
- Набор демонстрационного оборудования - Может включать в себя: мультимедийный проектор, проекционный экран, интерактивная доска, видео панель, интерактивная видео панель, презентационный ноутбук и другие средства демонстрации учебного контента. Допускается использование для проведения занятий переносного набора демонстрационного оборудования.
- Доска
- Экран
- Специализированная мебель - Доска, столы или парты, стулья.
- Наличие беспроводного доступа в Интернет по сети Wi-Fi

Особенности организации дисциплины

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

Обучение по образовательным программам обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В случае необходимости (по заявлению обучающегося) создаются специальные условия для получения им высшего образования по образовательным программам.

Под специальными условиями для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья. При получении высшего образования по образовательным программам обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для слабовидящих;
- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий (информация должна быть выполнена крупным рельефно-контрастным шрифтом (на белом или желтом фоне) и продублирована шрифтом Брайля);
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию организации;

2. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установка мониторов с возможностью трансляции субтитров (мониторы, их размеры и количество необходимо определять с учетом размеров помещения));
- обеспечение надлежащими звуковыми и визуальными средствами воспроизведения информации;

3. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, локальное понижение стоек-барьеров, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Утверждение

Образовательная программа: Экономика и анализ данных

Егорова Людмила Геннадьевна

Академический руководитель

Протокол: 2.09-12.15/210826-2 от 2026-08-21

Образовательная программа: Совместная программа по экономике НИУ ВШЭ и РЭШ

Степанов Сергей Сергеевич

Академический руководитель

Протокол: 2.09-12.14/200826-1 от 2026-08-20

Образовательная программа: Экономика

Рожкова Ксения Викторовна

Академический руководитель

Протокол: 2.09-12.12/240826-2 от 2026-08-24