

**ПЕРВОЕ ВЫСШЕЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ УЧЕБНОЕ ЗАВЕДЕНИЕ РОССИИ**



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**СОГЛАСОВАНО**

**УТВЕРЖДАЮ**

\_\_\_\_\_  
Руководитель ОПОП ВО  
профессор А.Е. Череповицын

\_\_\_\_\_  
Проректор по образовательной  
деятельности  
доцент Д.Г. Петраков

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ТЕОРИЯ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

<b>Уровень высшего образования:</b>	Бакалавриат
<b>Направление подготовки:</b>	38.03.01 Экономика
<b>Направленность (профиль):</b>	Экономика предприятия и организации
<b>Квалификация выпускника:</b>	бакалавр
<b>Форма обучения:</b>	Очная
<b>Составитель:</b>	доцент Малышков Г.Б.

Санкт-Петербург

**Рабочая программа дисциплины «Теория отраслевых рынков» разработана:**

- в соответствии с требованиями ФГОС ВО бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», утвержденного приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. N 954;
- на основании учебного плана бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» направленность (профиль) «Экономика предприятия и организации».

**Составитель:**

доцент кафедры экономики,  
организации и управления

\_\_\_\_\_ к.э.н. Г.Б. Малышков

**Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики, организации и управления** от 02.02.2022 г., протокол № 7.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ д.э.н., проф. А.Е. Череповицын

**Рабочая программа согласована:**

Начальник управления учебно-  
методического обеспечения  
образовательного процесса

\_\_\_\_\_ к.т.н. Иванова П.В.

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: дать студентам развернутое представление об основных моделях, объясняющих формирование структуры рынка, о влиянии структуры рынка на поведение участников и общественное благосостояние, познакомить с методами и результатами эмпирических исследований в области теории отраслевых рынков.

Основные задачи дисциплины:

- развитие навыков применения макро- и микроэкономического анализа для объяснения формирования и оценки эффективности различных структур рынка;
- знакомство студентов с основными направлениями теоретических и эмпирических исследований в области теории отраслевых рынков и используемыми ими методами;
- приобретение знания и практических навыков выполнения микроэкономического анализа для объяснения формирования структуры рынков и анализа их эффективности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули) по направлению подготовки «38.03.01 Экономика», направленность (профиль) «Экономика предприятия и организации» и изучается в пятом семестре бакалавриата.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Теория отраслевых рынков» являются: «Макроэкономика», «Математический анализ», «Введение в экономику», «Экономика предприятия», «Микроэкономика», «Основы нефтегазового дела», «Маркетинг», «Менеджмент».

Дисциплина «Теория отраслевых рынков» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Экономика инновационной деятельности в минерально-сырьевом комплексе», «Комплексный анализ хозяйственной деятельности», «Ценообразование».

Особенностью дисциплины «Теория отраслевых рынков» является формирование компетентного подхода по направлению подготовки «38.03.01 Экономика», необходимого при выполнении программ практик и подготовки выпускной квалификационной работы

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Теория отраслевых рынков» направлен на формирование следующих компетенций:

Формируемые компетенции		Код и наименование индикатора достижения компетенции
Содержание компетенции	Код компетенции	
Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач	ОПК-1	ОПК-1.1. Знать основные экономические понятия, законы и принципы функционирования экономических субъектов на макро- и микроуровне; инструменты государственного регулирования сферы природо- и недропользования, финансов, национальной экономики; теоретические модели экономики природопользования. ОПК-1.2. Уметь идентифицировать различные

Формируемые компетенции		Код и наименование индикатора достижения компетенции
Содержание компетенции	Код компетенции	
		типы рыночных структур и анализировать их; описывать экономические процессы и явления в рамках теории отраслевых рынков. ОПК-1.3. Владеть навыками применения микроэкономического анализа для оценки эффективности различных структур рынка.
Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4	ОПК-4.3 Владеть навыками обоснования ценовых стратегий, стратегий дифференциации продукции, определения оптимального объема производства и рационального использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов, оценки эффективности инвестиционных и инновационных решений в условиях риска.
Способен выявлять тенденции развития рынков минерального сырья и анализировать показатели внешнеэкономической деятельности нефтегазовых и горных компаний	ПСК-3	ПСК-3.2 Уметь выявлять тенденции развития рынков минерального сырья; оценивать их влияние на перспективы развития горного бизнеса.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость учебной дисциплины «Теория отраслевых рынков» составляет 4 зачётные единицы, 144 ак. часа.

Вид учебной работы	Всего ак. часов	Ак. часы по семестрам
		5
<b>Аудиторные занятия, в том числе:</b>	<b>51</b>	<b>51</b>
Лекции	34	34
Практические занятия (ПЗ)	17	17
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
<b>Самостоятельная работа студентов (СРС), в том числе:</b>	<b>57</b>	<b>57</b>
Выполнение и защита курсовой работы (проекта)	–	–
Подготовка к практическим занятиям	57	57
Подготовка к лабораторным занятиям	–	–
<b>Вид промежуточной аттестации:</b>		
Экзамен	36	36

Вид учебной работы	Всего ак. часов	Ак. часы по семестрам
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>		
ак. час	<b>144</b>	<b>144</b>
зач. ед.	<b>4</b>	<b>4</b>

#### 4.2. Содержание дисциплины

Учебным планом предусмотрены: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

##### 4.2.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование разделов	Виды занятий				
		Всего ак. часов	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа студента
1.	Теория отраслевых рынков – исходные концепции	17	6	2	–	9
2.	Рынок, его основные структуры и детерминанты	20	8	2	–	10
3.	Модели рыночных структур	30	8	6	–	16
4.	Рыночные стратегии фирмы	24	8	4	–	12
5.	Отраслевые рынки и политика государства	17	4	3	–	10
	<b>Итого:</b>	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>57</b>

##### 4.2.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак. часах
1.	Теория отраслевых рынков – исходные концепции	Предмет, метод и задачи анализа отраслевых рыночных структур. Этапы развития научной парадигмы. Анализ рынка – неоклассический и альтернативные подходы.	6
2.	Рынок, его основные структуры и детерминанты	Основные подходы к анализу рынков. Концентрация рынков и её измерители. Концентрация: тенденции и детерминанты. Рыночные барьеры и стратегии предотвращения входа на рынок.	8
3.	Модели рыночных структур	Модель совершенной конкуренции. Модель монополистической конкуренции. Монополия, естественная монополия и методы её регулирования. Олигополия, олигополистическая конкуренция и кооперативные модели.	8
4.	Рыночные стратегии	Ценовые стратегии фирмы. Дифференциация продукции и реклама. Технологические	8

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак. часах
	фирмы	изменения и инновации. Вертикальная интеграция и диверсификация.	
5.	Отраслевые рынки и политика государства	Рыночные структуры и результативность деятельности компаний. Отраслевые рынки и вмешательство государства. Поддержка конкуренции и регулирование монополистической деятельности.	4
<b>Итого:</b>			<b>34</b>

#### 4.2.3. Практические занятия

№ п/п	Раздел	Тематика практических занятий	Трудоемкость в ак. часах
1.	Раздел 1	Методология исследования рыночных структур	2
2.	Раздел 2	Барьеры входа-выхода и динамика рынка	2
3.	Раздел 3	Монополия и конкуренция в экономике	2
4.	Раздел 3	Регулирование отраслей естественной монополии	2
5.	Раздел 3	Олигополия и рыночная концентрация	2
6.	Раздел 4	Контроль за ценовыми стратегиями	2
7.	Раздел 4	Дифференциация продукции	2
8.	Раздел 5	Антимонопольная и промышленная политика	3
<b>Итого:</b>			<b>17</b>

#### 4.2.4. Лабораторные работы

Лабораторные работы не предусмотрены.

#### 4.2.5. Курсовые работы (проекты)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе обучения применяются:

**Лекции**, которые являются одним из важнейших видов учебных занятий и составляют основу теоретической подготовки обучающихся.

Цели лекционных занятий:

- дать систематизированные научные знания по дисциплине, акцентировать внимание на наиболее сложных вопросах дисциплины;
- стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся, способствовать формированию их творческого мышления.

**Практические занятия.**

Цели практических занятий:

- совершенствовать умения и навыки решения практических задач.

Главным содержанием этого вида учебных занятий является работа каждого обучающегося по овладению практическими умениями и навыками профессиональной деятельности.

**Консультации** (текущая консультация, накануне экзамена) являются одной из форм руководства учебной работой обучающихся и оказания им помощи в самостоятельном изучении материала дисциплины, в ликвидации имеющихся пробелов в знаниях, задолженностей по текущим занятиям.

Текущие консультации проводятся преподавателем, ведущим занятия в учебной группе, научным руководителем и носят как индивидуальный, так и групповой характер.

**Самостоятельная работа обучающихся** направлена на углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях и других занятиях, выработку навыков самостоятельного активного приобретения новых, дополнительных знаний, подготовку к предстоящим учебным занятиям и промежуточному контролю.

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Тематика для самостоятельной подготовки**

#### **Раздел 1. Теория отраслевых рынков – исходные концепции**

1. Основные термины и определения теории отраслевых рынков.
2. СПР парадигма.
3. Неоклассический анализ рынка.
4. Эффект масштаба и сети.
5. Теория трансакционных издержек.

#### **Раздел 2. Рынок, его основные структуры и детерминанты**

1. Понятие рынка и понятие отрасли.
2. Виды экономической концентрации.
3. Индексы и показатели концентрации на отдельных отраслевых рынках.
4. Типология отраслей и рынков.
5. Стратегии защиты рынка от новичков.

#### **Раздел 3. Модели рыночных структур**

1. Кратко- и долгосрочное равновесие на рынках совершенной конкуренции.
2. Характеристика рынка монополистической конкуренции.
3. Эффекты общественного благосостояния для монополии.
4. Методы регулирования естественной монополии.
5. Поведенческие модели фирмы на олигополистических рынках.

#### **Раздел 4. Рыночные стратегии фирмы**

1. Ценовые и неценовые стратегии фирмы.
2. Ценовая дискриминация.
3. Экономический смысл дифференциации продукции.
4. Виды инновационных стратегий бизнеса.
5. Модель двойной наценки как обоснование необходимости вертикальной интеграции.

#### **Раздел 5. Отраслевые рынки и политика государства**

1. Коэффициента Бейна.
2. Коэффициент Тобина.
3. Индекс Лернера.
4. Индекс совокупной производительности факторов производства.
5. Промышленная и антитрестовская политика в различных странах.
6. Конкурентная политика государства.

### **6.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации (экзамена)**

#### **6.2.1. Примерный перечень вопросов к экзамену (по дисциплине):**

1. Каков предмет и задачи теории отраслевых рынков?
2. Каковы основные положения поведенческого подхода к анализу рынков?
3. Что такое СПР парадигма?
4. Какие основные положения Чикагской школы?
5. Какие основные положения Гарвардской школы?
6. Какие основные положения неоклассического анализа рынка?

7. Что такое эффект от масштаба?
8. Что такое сетевой эффект?
9. Чем определяются экономические границы монополии?
10. Какие есть альтернативные подходы к анализу фирмы?
11. Что такое теория стейкхолдеров?
12. Как определяются границы фирмы в теории трансакционных издержек?
13. Какова суть эволюционного подхода к анализу фирмы?
14. Как определяются рынок и отрасль?
15. Какие есть границы рынка?
16. Что такое продуктовая перекрестная эластичность спроса по цене?
17. Что такое пространственная перекрестная эластичность спроса по цене?
18. Какой показатель определяет границы отрасли?
19. Какие классификаторы отраслей используются в США, ЕС, России?
20. Какие есть измерители концентрации рынков?
21. Какие вы знаете показатели уровня концентрации?
22. Что такое индекс энтропии?
23. Какие вы знаете этапы жизненного цикла отрасли?
24. Какие существуют стратегии предотвращения входа на рынок?
25. Какие существуют экзогенные и эндогенные барьеры для входа на рынок?
26. Что такое лимитное ценообразование?
27. В чем проявляется хищническое/демпинговое ценообразование?
28. Какие характеристики присущи модели совершенной конкуренции?
29. Что такое аллокационная эффективность?
30. В чем заключается производственная эффективность?
31. Какие характеристики присущи модели монополистической конкуренции?
32. Какие характеристики присущи модели олигополии?
33. Какие характеристики присущи модели монополии?
34. Как связаны ценовая эластичность спроса и монопольная власть?
35. Почему монополии присуща аллокационная неэффективность?
36. Каковы эффекты общественного благосостояния для монополии?
37. В чем заключается производственная неэффективность монополии?
38. В чем заключается эффективность монополии по издержкам?
39. Какие существуют методы регулирования естественной монополии?
40. Какие существуют кооперативные модели олигополии?
41. Что такое межвременная ценовая дискриминация?
42. В чем заключается экономический смысл трансфертного ценообразования?
43. Что такое диффузия инноваций?
44. В чем заключается взаимосвязь между структурой рынка и темпами технологических изменений?
45. Какие существуют типы инновационных стратегий бизнеса?
46. Каким образом патентная защита стимулирует инновации?
47. Какие эффекты оказывает патентная защита на благосостояние?
48. Как раскрывается целесообразность вертикальной интеграции в модели двойной наценки?
49. Какие индикаторы результативности деятельности фирм вы знаете?
50. Какие существуют типы промышленной политики и форм государственного вмешательства?

### 6.2.2. Примерные тестовые задания к экзамену

#### Вариант 1

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
----------	---------	------------------



№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
1.	Отдельная компания, или их группа, изготавливающая и продающая сходные продукты, применяющая сходные технологии и оборудование из одного и того же рынка факторов производства, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рынок.</li> <li>2. Отрасль.</li> <li>3. Картель.</li> <li>4. Холдинг.</li> </ol>
2.	Разница между максимальной величиной, которую потребитель готов заплатить за приобретаемый им товар, и величиной, которую он действительно платит по рыночной цене, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Излишек производителя.</li> <li>2. Излишек потребителя.</li> <li>3. Трансакционные издержки.</li> <li>4. X-неэффективность.</li> </ol>
3.	Издержки, в краткосрочной перспективе зависящие от объема производства, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Погруженные издержки.</li> <li>2. Трансакционные издержки.</li> <li>3. Переменные издержки.</li> <li>4. Постоянные издержки.</li> </ol>
4.	Эффект от масштаба производства – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изменения средних издержек в зависимости от объема производства в долгосрочный период.</li> <li>2. Состояние, при котором производство продукта с помощью <math>n</math> производителей обуславливает более высокие издержки, чем в случае изготовления данной продукции монополистом.</li> <li>3. Экономия издержек благодаря производству большего количества различных товаров.</li> <li>4. Ничто из вышеперечисленного.</li> </ol>
5.	Лица, которые владеют акциями акционерного общества, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Шеехолдеры.</li> <li>2. Стейкхолдеры.</li> <li>3. Принципиалы.</li> <li>4. Агенты.</li> </ol>
6.	Тип рыночной структуры, в которой доминирует малое количество фирм, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Монополия.</li> <li>2. Олигополия.</li> <li>3. Совершенная конкуренция.</li> <li>4. Монополистическая конкуренция.</li> </ol>
7.	Политика установления разных цен на один и тот же товар в зависимости от количества приобретаемой продукции, характеристик покупателей и условий продажи называется:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ценообразованием по пиковой нагрузке.</li> <li>2. Ценообразованием «издержки-плюс».</li> <li>3. Трансфертным ценообразованием.</li> <li>4. Ценовой дискриминацией.</li> </ol>
8.	Для монополии характерно:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие одной фирмы, занимающей 100% рынка.</li> <li>2. Отсутствие барьеров.</li> <li>3. Сильное взаимодействие фирм.</li> <li>4. Некоторая дифференциация продукции.</li> </ol>

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
9.	Эффект, при котором пропорциональное увеличение всех факторов производства обуславливает более значительный рост объемов производства, – это:	1. Возрастающий эффект от масштаба. 2. Постоянный эффект от масштаба. 3. Сокращающийся эффект от масштаба. 4. Эффект сети.
10.	Примером жесткой олигополии является рынок:	1. Патентованных товаров. 2. Добычи, обработки и продажи природных алмазов. 3. Производства двигателей для авиатехники. 4. Одежды.
11.	Примером рынка с доминирующей фирмой является рынок:	1. Патентованных товаров. 2. Добычи, обработки и продажи природных алмазов. 3. Производства двигателей для авиатехники. 4. Одежды.
12.	Эффективная конкуренция присуща:	1. Естественной монополии. 2. Жесткой олигополии. 3. Рынку с доминирующей фирмой. 4. Свободной олигополии.
13.	Эффект, для которого характерно увеличение объема производства в меньшей пропорции по сравнению с увеличением факторов производства, – это:	1. Возрастающий эффект от масштаба. 2. Постоянный эффект от масштаба. 3. Сокращающийся эффект от масштаба. 4. Эффект сети.
14.	Препятствия, которые воздвигаются на границах рынка и которые затрудняют проникновение на рынок новичков, – это:	1. Погруженные издержки. 2. Рыночные барьеры. 3. Транзакционные издержки. 4. Ничто из вышеперечисленного.
15.	Добровольные соглашения между независимыми хозяйствующими субъектами, которые фиксируют определенные параметры своих действий или оказывают на них воздействие, – это:	1. Совместные предприятия. 2. Торговые ассоциации. 3. Картели. 4. Молчаливые сговоры.
16.	Соглашения, в которых участники не заключают ни устных, ни письменных соглашений, – это:	1. Совместные предприятия. 2. Торговые ассоциации. 3. Картели. 4. Молчаливые сговоры.
17.	Стадия придания новой идее или изобретению формы, обеспечивающей их последующее коммерческое использование, – это:	1. Прикладные исследования. 2. Разработки. 3. Коммерческое производство. 4. Диффузия инноваций.
18.	Установление компанией контроля над другими фирмами, заводами или производствами, находящимися на последовательных стадиях определенного трансформационного процесса, – это:	1. Горизонтальная интеграция. 2. Вертикальная интеграция. 3. Дезинтеграция. 4. Диверсификация.

<b>№ п/п</b>	<b>Вопросы</b>	<b>Варианты ответов</b>
19.	Излишек потребителя — это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Готовность платить за имеющуюся на рынке продукцию индивидуального покупателя.</li> <li>2. Разница между максимальной величиной, которую потребитель готов заплатить за приобретаемый им товар, и величиной, которую он действительно платит по рыночной цене.</li> <li>3. Разница между рыночной ценой, которую производитель получает от продажи продукции на рынке и его действительными предельными издержками.</li> <li>4. Предельные издержки некоторого индивидуального производителя.</li> </ol>
20	Политика установления разных цен на сходные, или идентичные продукты при единственном различии, обусловленным торговой маркой, называется:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Брендингом.</li> <li>2. Системой купонов.</li> <li>3. Распродажей для очистки складов.</li> <li>4. Свободой от оплаты на борту.</li> </ol>

### Вариант 2

<b>№ п/п</b>	<b>Вопросы</b>	<b>Варианты ответов</b>
1.	Особый институт, внутри которого в ходе взаимодействия экономических агентов, выполняющих функции покупки и продажи, устанавливаются цены на продукцию, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рынок.</li> <li>2. Отрасль.</li> <li>3. Картель.</li> <li>4. Холдинг.</li> </ol>
2.	Разница между рыночной ценой, которую производитель получает от продажи продукции на рынке и его действительными предельными издержками, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Излишек производителя.</li> <li>2. Излишек потребителя.</li> <li>3. Трансакционные издержки.</li> <li>4. X-неэффективность.</li> </ol>
3.	Условно-постоянные издержки, которые, хотя и обеспечивают в долгосрочном периоде получение неотрицательных денежных потоков, в краткосрочном периоде не успевают окупиться полностью, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Погруженные издержки.</li> <li>2. Трансакционные издержки.</li> <li>3. Переменные издержки.</li> <li>4. Постоянные издержки.</li> </ol>
4.	Эффект сети – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изменения средних издержек в зависимости от объема производства в долгосрочный период.</li> <li>2. Состояние, при котором производство продукта с помощью <math>n</math> производителей обуславливает более высокие издержки, чем в случае изготовления данной продукции монополистом.</li> <li>3. Экономия издержек благодаря производству большего количества различных товаров.</li> <li>4. Ничто из вышеперечисленного.</li> </ol>

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
5.	Лица, которые, с одной стороны, обладают возможностями в процессе реализации своих целей оказывать на фирму значимое воздействие, а с другой, сами испытывают на себе воздействие принимаемых фирмой решений, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Шеехолдеры.</li> <li>2. Стейкхолдеры.</li> <li>3. Принципиалы.</li> <li>4. Агенты.</li> </ol>
6.	Тип рыночной структуры, в которой одна фирма занимает 100% рынка, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Монополия.</li> <li>2. Олигополия.</li> <li>3. Совершенная конкуренция.</li> <li>4. Монополистическая конкуренция.</li> </ol>
7.	Для монополистической конкуренции характерно:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие одной фирмы, занимающей 100% рынка.</li> <li>2. Барьеры на вход на рынок.</li> <li>3. Сильное взаимодействие фирм.</li> <li>4. Некоторая дифференциация продукции.</li> </ol>
8.	Для совершенной конкуренции характерно:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие одной фирмы, занимающей 100% рынка.</li> <li>2. Отсутствие барьеров.</li> <li>3. Сильное взаимодействие фирм.</li> <li>4. Некоторая дифференциация продукции.</li> </ol>
9.	Примером естественной монополии является:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. IBM.</li> <li>2. ПАО «РЖД».</li> <li>3. ПАО «Вымпел-Коммуникации».</li> <li>4. The Boeing Company.</li> </ol>
10.	К рынкам с эффективной конкуренцией НЕ относится:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Свободная олигополия.</li> <li>2. Монополистическая конкуренция.</li> <li>3. Совершенная конкуренция.</li> <li>4. Монополия.</li> </ol>
11.	Прибыль, которая как раз достаточна, чтобы удержать существующие фирмы на рынке, не привлекая новые компании, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостаточная прибыль.</li> <li>2. Нормальная прибыль.</li> <li>3. Сверхприбыль.</li> <li>4. Гиперприбыль.</li> </ol>
12.	Ассоциация двух или более конкурирующих в других областях фирм – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Совместные предприятия.</li> <li>2. Торговые ассоциации.</li> <li>3. Картели.</li> <li>4. Молчаливые сговоры.</li> </ol>
13.	Политика установления разных цен на один и тот же товар в зависимости от различных факторов – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Продуктовая дифференциация.</li> <li>2. Ценовая дифференциация.</li> <li>3. Продуктовая дискриминация.</li> <li>4. Ценовая дискриминация.</li> </ol>
14.	Распространение идей в рамках фирмы и их имитация и применение другими фирмами – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Прикладные исследования.</li> <li>2. Разработки.</li> <li>3. Коммерческое производство.</li> <li>4. Диффузия инноваций.</li> </ol>

<b>№ п/п</b>	<b>Вопросы</b>	<b>Варианты ответов</b>
15.	Какая из перечисленных рыночных структур наиболее склонна к инновациям?	1. Монополия. 2. Олигополия. 3. Совершенная конкуренция. 4. Монополистическая конкуренция.
16.	Установление фирмой контроля над другими самостоятельными фирмами, заводами или производствами, находящимися на одной и той же стадии некоторого трансформационного процесса – это:	1. Горизонтальная интеграция. 2. Вертикальная интеграция. 3. Дезинтеграция. 4. Диверсификация.
17.	Установление контроля над двумя или более разными фирмами, функционирующими на различных продуктовых рынках, – это:	1. Горизонтальная интеграция. 2. Вертикальная интеграция. 3. Дезинтеграция. 4. Диверсификация.
18.	К параметрам, определяющим рыночную структуру, относится:	1. Стратегии в области вертикальной интеграции и диверсификации. 2. Технологический прогресс. 3. Экономические признаки продукции, например, ее степень дифференциации, близость к субститутам. 4. Стратегии в области инвестиций.
19.	Отраслевые барьеры характерны для:	1. Совершенной конкуренции и монополии. 2. Монополистической конкуренции и олигополии. 3. Олигополии и монополии. 4. Монополии и монополистической конкуренции.
20.	Ценообразование между внутренними подразделениями холдинга называется:	1. Ценообразованием «издержки-плюс». 2. Межвременной ценовой дискриминацией. 3. Ценообразованием по пиковой нагрузке. 4. Трансфертным ценообразованием.

### Вариант 3

<b>№ п/п</b>	<b>Вопросы</b>	<b>Варианты ответов</b>
1.	Издержки, связанные с обслуживанием рыночного механизма, – это:	1. Погруженные издержки. 2. Трансакционные издержки. 3. Переменные издержки. 4. Постоянные издержки .

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
2.	Субаддитивность – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изменения средних издержек в зависимости от объема производства в долгосрочный период.</li> <li>2. Состояние, при котором производство продукта с помощью <math>n</math> производителей обуславливает более высокие издержки, чем в случае изготовления данной продукции монополистом.</li> <li>3. Экономия издержек благодаря производству большего количества различных товаров.</li> <li>4. Ничто из вышеперечисленного.</li> </ol>
3.	Организационная форма, используемая компаниями для достижения определенных результатов посредством сговоров, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Торгово-промышленная ассоциация.</li> <li>2. Государственная корпорация.</li> <li>3. Картель.</li> <li>4. Холдинг.</li> </ol>
4.	Тип рыночной структуры, в которой присутствует множество фирм, производящих стандартизированный продукт, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Монополия.</li> <li>2. Олигополия.</li> <li>3. Совершенная конкуренция.</li> <li>4. Монополистическая конкуренция.</li> </ol>
5.	Тип рыночной структуры, в которой присутствует множество фирм, производящих дифференцированные продукты, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Монополия.</li> <li>2. Олигополия.</li> <li>3. Совершенная конкуренция.</li> <li>4. Монополистическая конкуренция.</li> </ol>
6.	В число предпосылок неоклассической модели совершенной конкуренции НЕ входит:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Значительное число производителей/покупателей.</li> <li>2. Полная информация у участников рынка.</li> <li>3. Идентичность производимой продукции.</li> <li>4. Наличие рыночных барьеров.</li> </ol>
7.	Эффект, при котором пропорциональное увеличение всех факторов производства вызывает увеличение объема производства в той же пропорции, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Возрастающий эффект от масштаба.</li> <li>2. Постоянный эффект от масштаба.</li> <li>3. Сокращающийся эффект от масштаба.</li> <li>4. Эффект сети.</li> </ol>
8.	В условиях монополии:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рыночная цена выше, объем производства выше, чем в условиях совершенной конкуренции.</li> <li>2. Рыночная цена выше, объем производства ниже, чем в условиях совершенной конкуренции.</li> <li>3. Рыночная цена ниже, объем производства ниже, чем в условиях совершенной конкуренции.</li> <li>4. Рыночная цена ниже, объем производства выше, чем в условиях совершенной конкуренции.</li> </ol>

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
9.	Для олигополии характерно:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие одной фирмы, занимающей 100% рынка.</li> <li>2. Отсутствие барьеров.</li> <li>3. Сильное взаимодействие фирм.</li> <li>4. Некоторая дифференциация продукции.</li> </ol>
10.	Примером чистой монополии является рынок:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Патентованных товаров.</li> <li>2. Добычи, обработки и продажи природных алмазов.</li> <li>3. Производства двигателей для авиатехники.</li> <li>4. Одежды.</li> </ol>
11.	Примером монополистической конкуренции является рынок:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Патентованных товаров.</li> <li>2. Добычи, обработки и продажи природных алмазов.</li> <li>3. Производства двигателей для авиатехники.</li> <li>4. Одежды.</li> </ol>
12.	Состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Монополистическая конкуренция.</li> <li>2. Олигополия.</li> <li>3. Монополия.</li> <li>4. Естественная монополия.</li> </ol>
13.	Группы независимых компаний, которые придерживаются согласованного курса действий и поддерживают конкуренцию, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Совместные предприятия.</li> <li>2. Торговые ассоциации.</li> <li>3. Картели.</li> <li>4. Молчаливые сговоры.</li> </ol>
14.	Способность производителя сформировать различия между продуктами, <i>реальные</i> или только лишь воображаемые покупателем, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Продуктовая дифференциация.</li> <li>2. Ценовая дифференциация.</li> <li>3. Продуктовая дискриминация.</li> <li>4. Ценовая дискриминация.</li> </ol>
15.	Исследования, которые имеют заданные целевые установки, включая анализ потенциальной экономической отдачи от их применения, – это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Прикладные исследования.</li> <li>2. Разработки.</li> <li>3. Коммерческое производство.</li> <li>4. Диффузия инноваций.</li> </ol>
16.	К параметрам, определяющим результативность предприятий и рынков, относится:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Прибыльность компании.</li> <li>2. Стратегии в области образования альянсов, слияний и поглощений.</li> <li>3. Количество производителей/покупателей на рынке.</li> <li>4. Рыночная власть покупателей.</li> </ol>

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
17.	Излишек производителя — это:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Готовность платить за имеющуюся на рынке продукцию индивидуального покупателя.</li> <li>2. Разница между максимальной величиной, которую потребитель готов заплатить за приобретаемый им товар, и величиной, которую он действительно платит по рыночной цене.</li> <li>3. Разница между рыночной ценой, которую производитель получает от продажи продукции на рынке и его действительными предельными издержками.</li> <li>4. Предельные издержки некоторого индивидуального производителя.</li> </ol>
18.	Отсутствие заменителей продуктов характерно для:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Совершенной конкуренции.</li> <li>2. Монополистической конкуренции.</li> <li>3. Олигополии.</li> <li>4. Монополии.</li> </ol>
19.	Организация стран — экспортёров нефти (ОПЕК) является:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ценовым картелем.</li> <li>2. Картелем по квотированию производства.</li> <li>3. Соглашением в области стандартизации.</li> <li>4. Совместным предприятием.</li> </ol>
20.	Разновидность межвременной ценовой дискриминации, которая подразумевает применение последовательных сокращений цены, называется:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бренддингом.</li> <li>2. Системой купонов.</li> <li>3. Распродажей для очистки складов.</li> <li>4. Свободой от оплаты на борту.</li> </ol>

### 6.2.3. Критерии оценок промежуточной аттестации (экзамен)

*Примерная шкала оценивания знаний по вопросам экзамена:*

Оценка			
«2» (неудовлетворительно)	Пороговый уровень освоения «3» (удовлетворительно)	Углубленный уровень освоения «4» (хорошо)	Продвинутый уровень освоения «5» (отлично)
Студент не знает значительной части материала, допускает существенные ошибки в ответах на вопросы	Студент поверхностно знает материал основных разделов и тем учебной дисциплины, допускает неточности в ответе на вопрос	Студент хорошо знает материал, грамотно и по существу излагает его, допуская некоторые неточности в ответе на вопрос	Студент в полном объеме знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос
Не умеет находить решения большинства предусмотренных программой обучения заданий	Иногда находит решения предусмотренных программой обучения заданий	Уверенно находит решения предусмотренных программой обучения заданий	Безошибочно находит решения предусмотренных программой обучения заданий



<b>Оценка</b>			
«2» (неудовлетворительно)	Пороговый уровень освоения	Углубленный уровень освоения	Продвинутый уровень освоения
	«3» (удовлетворительно)	«4» (хорошо)	«5» (отлично)
Большинство предусмотренных программой обучения заданий не выполнено	Предусмотренные программой обучения задания выполнены удовлетворительно	Предусмотренные программой обучения задания успешно выполнены	Предусмотренные программой обучения задания успешно выполнены

*Примерная шкала оценивания знаний в тестовой форме:*

Количество правильных ответов, %	Оценка
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

#### 6.2.4. Критерии оценок промежуточной аттестации (курсовой работы/проекта)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

### 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

#### 7.1. Основная литература

1. Пахомова Н.В., Рихтер К.К., Чернова Е.Г., Малышков Г.Б., Батистова О.И., Казьмин А.А. Экономика отраслевых рынков. Университетский учебник / Санкт-Петербург, 2019.
2. Портер М.Е. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Паблицер, 2016. [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=558670> – Загл. с экрана.
3. Рой, Л.В. Анализ отраслевых рынков: учебник [Электронный ресурс]: учеб. / Л.В. Рой, В.П. Третьяк. — Электрон. дан. — Москва: Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 2008. — 441 с. – Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=137163> – Загл. с экрана.
4. Экономикс: принципы, проблемы и политика [Электронный ресурс]: Учебник / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн. - 19-е изд., англ. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - XXVIII, 1028 с. – Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=545576> – Загл. с экрана.

#### 7.2. Дополнительная литература

1. Юсупова, Г.Ф. Теория отраслевых рынков: практикум / Г.Ф. Юсупова. - Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2012. - 280 с. - ISBN 978-5-7598-0920-3; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227298>

#### 7.3. Базы данных, электронно-библиотечные системы, информационно-справочные и поисковые системы

1. Европейская цифровая библиотека Europeana: <http://www.europeana.eu/portal>.
2. Информационно-издательский центр по геологии и недропользованию Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации – ООО «ГЕОИНФОРММАРК»: <http://www.geoinform.ru>.
3. Информационно-аналитический центр «Минерал»: <http://www.mineral.ru>.

4. Консультант Плюс: справочно–поисковая система: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).
5. Мировая цифровая библиотека: <http://wdl.org/ru>.
6. Научная электронная библиотека «Scopus»: <https://www.scopus.com>.
7. Научная электронная библиотека ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com>.
8. Научная электронная библиотека «eLIBRARY»: <https://elibrary.ru>.
9. Поисковые системы Yandex, Rambler, Yahoo и др.
10. Система ГАРАНТ: электронный периодический справочник: [www.garant.ru](http://www.garant.ru).
11. Электронно-библиотечная система издательского центра «Лань»: <https://e.lanbook.com>.
12. Электронная библиотека Российской Государственной Библиотеки (РГБ): <https://www.rsl.ru>.
13. Электронная библиотека учебников: <http://studentam.net>.
14. Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ»: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru).
15. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: <http://rucont.ru>.
16. Электронно-библиотечная система «Научно-техническая библиотека»: <http://www.sciteclibrary.ru>.

#### **7.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента**

1. Теория отраслевых рынков: методические указания для самостоятельной работы студентов [Электронный ресурс]. Санкт-Петербургский горный университет. Сост.: Малышков Г.Б. СПб, 2018. Режим доступа <http://ior.spmi.ru/> – Загл. с экрана.
2. Теория отраслевых рынков: методические указания к практическим занятиям [Электронный ресурс]. Санкт-Петербургский горный университет. Сост.: Малышков Г.Б. СПб, 2018. Режим доступа <http://ior.spmi.ru/> – Загл. с экрана.

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **8.1. Материально-техническое оснащение аудиторий:**

Специализированная аудитория, используемая при проведении занятий лекционного типа оснащена мультимедийным проектором и комплектом аппаратуры, позволяющей демонстрировать текстовые и графические материалы.

Оснащенность аудитории: 30 посадочных мест.

Комплект мультимедийной аудитории (документ-камера ELMO HV-5600XG – 1 шт., источник бесперебойного питания Powerwave 5115 – 1 шт., коммутатор HP E2610-24 – 1 шт., коммутатор Kramer VP201XL1 – 1 шт., компьютер Intel Pentium 4 – 1 шт., конвектор-коммутатор Kramer VP-719XL – 1 шт.; микрофон МД99 – 1 шт., микшер-усилитель DYNACORD MV512 – 1 шт., мультимедиа проектор Mitsubishi LVP XD490U – 1 шт., плеер комбинированный Samsung SV-DVD V8650K – 1 шт., подвес для проектора SMS AERO – 1 шт., тумба с жалюзи – 1 шт.), стол для переговоров – 4 шт., стол офисный – 2 шт., стул – 32 шт., доска мел – 1 шт., плакат – 12 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения и реквизиты подтверждающего документа:

Операционная система Microsoft Windows XP Professional Microsoft Open License 16020041 от 23.01.2003, Microsoft Open License 16581753 от 03.07.2003, Microsoft Open License 16396212 от 15.05.2003, Microsoft Open License 16735777 от 22.08.2003, ГК № 797-09/09 от 14.09.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1200-12/09 от 10.12.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1246-12/08 от 18.12.08 «На поставку компьютерного оборудования и программного обеспечения», ГК № 1196-12/08 от 02.12.2008 «На поставку программного обеспечения», Microsoft Open License 45369730 от 16.04.2009. Microsoft Office 2007 Standard, Microsoft Open License 42620959 от 20.08.2007.

Аудитория для практических занятий оснащена компьютерной техникой, необходимой для выполнения заданий.

Оснащенность аудитории: 18 посадочных мест.

Проектор – 1 шт., экран на штативе 1 шт., стол – 16 шт., большой стол – 1 шт., стул - 32 шт., ПК (системный блок - 19 шт., монитор - 18 шт.) доступ к сети «Интернет», шкаф для сервера (на маршрутизаторах и коммутаторах стоит сетевая ОС CiscoIOS15 версии).

Перечень лицензионного программного обеспечения и реквизиты подтверждающего документа:

Microsoft Windows XP Professional, Microsoft Open License 16020041 от 23.01.2003, Microsoft Open License 16581753 от 03.07.2003, Microsoft Open License 16396212 от 15.05.2003, Microsoft Open License 16735777 от 22.08.2003, ГК № 797-09/09 от 14.09.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1200-12/09 от 10.12.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1246-12/08 от 18.12.08 «На поставку компьютерного оборудования и программного обеспечения», ГК № 1196-12/08 от 02.12.2008 «На поставку программного обеспечения», Microsoft Open License 45369730 от 16.04.2009.

## **8.2. Помещения для самостоятельной работы:**

1. Оснащенность помещения для самостоятельной работы: 13 посадочных мест.

Стул – 25 шт., стол – 2 шт., стол компьютерный – 13 шт., шкаф – 2 шт., доска аудиторная маркерная – 1 шт., АРМ учебное ПК (монитор + системный блок) – 14 шт. Доступ к сети «Интернет», в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Windows 7 Professional: ГК № 1464-12/10 от 15.12.10 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 959-09/10 от 22.09.10 «На поставку компьютерной техники», ГК № 447-06/11 от 06.06.11 «На поставку оборудования», ГК № 984-12/11 от 14.12.11 «На поставку оборудования», Договор № 1105-12/11 от 28.12.2011 «На поставку компьютерного оборудования», Договор № 1106-12/11 от 28.12.2011 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 671-08/12 от 20.08.2012 «На поставку продукции», Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012, Microsoft Open License 48358058 от 11.04.2011, Microsoft Open License 49487710 от 20.12.2011, Microsoft Open License 49379550 от 29.11.2011, Microsoft Office 2010 Standard: Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012, Microsoft Open License 60853086 от 31.08.2012, Kaspersky antivirus 6.0.4.142.

2. Оснащенность помещения для самостоятельной работы: 17 посадочных мест.

Доска для письма маркером – 1 шт., рабочие места студентов, оборудованные ПК с доступом в сеть университета – 17 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., АРМ преподавателя для работы с мультимедиа – 1 шт. (системный блок, мониторы – 2 шт.), стол – 18 шт., стул – 18 шт. Доступ к сети «Интернет», в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Операционная система Microsoft Windows XP Professional Microsoft Open License 16020041 от 23.01.2011, Операционная система Microsoft Windows 7 Professional Microsoft Open License 49379550 от 29.11.2011, Microsoft Office 2007 Standard Microsoft Open License 42620959 от 20.08.2007.

3. Оснащенность помещения для самостоятельной работы: 16 посадочных мест.

Стол компьютерный для студентов (тип 4) - 3 шт., стол компьютерный для студентов (тип 6) – 2 шт., стол компьютерный для студентов (тип 7) – 1 шт., кресло преподавателя (сетка, цвет черный) – 17 шт., доска напольная мобильная белая магнитно-маркерная «Magnetoplan» 1800мм×1200мм - 1 шт., моноблок Lenovo M93Z Intel Q87 – 17 шт., плакат – 5 шт. Доступ к сети «Интернет», в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Windows 7 Professional: Microsoft Open License 49379550 от 29.11.2011. Microsoft Office 2007 Professional Plus: Microsoft Open License 46431107 от 22.01.2010

(обслуживание до 2020 года). CorelDRAW Graphics Suite X5, Договор №559-06/10 от 15.06.2010 «На поставку программного обеспечения» (обслуживание до 2020 года). Autodesk product: Building Design Suite Ultimate 2016, product Key: 766H1. Cisco Packet Tracer 7.1 (свободно распространяемое ПО), Quantum GIS (свободно распространяемое ПО), Python (свободно распространяемое ПО), R (свободно распространяемое ПО), Rstudio (свободно распространяемое ПО), SMath Studio (свободно распространяемое ПО), GNU Octave (свободно распространяемое ПО), Scilab (свободно распространяемое ПО).

### **8.3. Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования:**

#### **1. Центр новых информационных технологий и средств обучения:**

Оснащенность: персональный компьютер – 2 шт. (доступ к сети «Интернет»), монитор – 4 шт., сетевой накопитель – 1 шт., источник бесперебойного питания – 2 шт., телевизор плазменный Panasonic – 1 шт., точка Wi-Fi – 1 шт., паяльная станция – 2 шт., дрель – 5 шт., перфоратор – 3 шт., набор инструмента – 4 шт., тестер компьютерной сети – 3 шт., баллон со сжатым газом – 1 шт., паста теплопроводная – 1 шт., пылесос – 1 шт., радиостанция – 2 шт., стол – 4 шт., тумба на колесиках – 1 шт., подставка на колесиках – 1 шт., шкаф – 5 шт., кресло – 2 шт., лестница Alve – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012). Microsoft Office 2010 Professional Plus (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012). Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (Договор № Д810(223)-12/17 от 11.12.17).

#### **2. Центр новых информационных технологий и средств обучения:**

Оснащенность: стол – 5 шт., стул – 2 шт., кресло – 2 шт., шкаф – 2 шт., персональный компьютер – 2 шт. (доступ к сети «Интернет»), монитор – 2 шт., МФУ – 1 шт., тестер компьютерной сети – 1 шт., баллон со сжатым газом – 1 шт., шуруповерт – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012). Microsoft Office 2007 Professional Plus (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 46431107 от 22.01.2010). Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (Договор № Д810(223)-12/17 от 11.12.17).

#### **3. Центр новых информационных технологий и средств обучения:**

Оснащенность: стол – 2 шт., стулья – 4 шт., кресло – 1 шт., шкаф – 2 шт., персональный компьютер – 1 шт. (доступ к сети «Интернет»), веб-камера Logitech HD C510 – 1 шт., колонки Logitech – 1 шт., тестер компьютерной сети – 1 шт., дрель – 1 шт., телефон – 1 шт., набор ручных инструментов – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 48358058 от 11.04.2011). Microsoft Office 2007 Professional Plus (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 46431107 от 22.01.2010).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (Договор № Д810(223)-12/17 от 11.12.17).

### **8.4. Лицензионное программное обеспечение:**

Операционная система Microsoft Windows XP Professional Microsoft Open License 16020041 от 23.01.2003, Microsoft Open License 16581753 от 03.07.2003, Microsoft Open License 16396212 от 15.05.2003, Microsoft Open License 16735777 от 22.08.2003, ГК № 797-09/09 от 14.09.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1200-12/09 от 10.12.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1246-12/08 от 18.12.08 «На поставку компьютерного оборудования и программного обеспечения», ГК № 1196-12/08 от 02.12.2008 «На поставку программного обеспечения», Microsoft Open License 45369730 от 16.04.2009. Microsoft Office 2007 Standard, Microsoft Open License 42620959 от 20.08.2007.

Microsoft Windows XP Professional, Microsoft Open License 16020041 от 23.01.2003, Microsoft Open License 16581753 от 03.07.2003, Microsoft Open License 16396212 от 15.05.2003, Microsoft Open License 16735777 от 22.08.2003, ГК № 797-09/09 от 14.09.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1200-12/09 от 10.12.09 «На поставку компьютерного оборудования», ГК № 1246-12/08 от 18.12.08 «На поставку компьютерного оборудования и программного обеспечения», ГК № 1196-12/08 от 02.12.2008 «На поставку программного обеспечения», Microsoft Open License 45369730 от 16.04.2009.