

CUPRINS

Introducere.....	9
Tema 1. Elemente fundamentale privind prețul.....	17
1.1. Conceptul de preț. Funcțiile economice ale prețului	17
1.2. Factorii care influențează nivelul prețurilor	19
1.3. Sistemul de prețuri	21
1.4. Concepții teoretice și abordări aplicative generale în stabilirea prețului	24
Tema 2. Considerații fundamentale privind concurența	27
2.1. Funcțiile concurenței.....	27
2.2. Structuri concurențiale ale pieței	29
2.3. Impactul barierelor de intrare asupra concurenței pe piețe	31
2.4. Disputabilitatea piețelor și concurența	32
2.5. Relația dintre concurență și prețuri	33
Tema 3. Mecanismul formării prețurilor pe piață	38
3.1. Formarea prețului pe piața cu concurență perfectă	38
3.2. Formarea prețurilor în condițiile monopolului	43
3.3. Formarea prețurilor pe piața cu concurență monopolistică	46
3.4. Formarea prețurilor în situația oligopolului	47
3.5. Statul și prețurile	49
Tema 4. O perspectivă informațională asupra prețurilor, concurenței și pieței.....	53
4.1. Antiselecția în condiții de asimetrie informațională	53
4.2. Teoria semnalelor	54
4.3. Riscul moral și relația principal - agent	56
4.4. Costurile tranzacționale.....	57
4.5. Costurile de agenție (de mandat)	59
Tema 5. Politica de preț la nivel de firmă	63
5.1. Obiectivele politicii de preț a firmei	63
5.2. Principalele elemente de fundamentare a nivelului prețului	64
5.3. Repere metodologice privind stabilirea nivelului prețului	67
5.4. Strategii de preț.....	68
5.5. Determinarea prețului de bază (de listă)	72
5.6. Ajustarea prețului de bază (de listă).....	73

Tema 6. Impactul concurenței imperfecte asupra funcționării pieței și formării prețurilor	77
6.1. Forme noi ale concurenței între firme.....	77
6.2. Sisteme competitive la nivel de firme în contextul concurenței imperfecte.....	78
6.3. Economii de scară și concurența.....	81
6.4. Orientări comportamentale majore ale firmelor în condițiile concurenței imperfecte	83
6.5. Analiza concurenței	85
6.6. Prețurile în condițiile concurenței imperfecte	88
Tema 7. Teoria jocurilor ca studiu al comportamentelor interdependente.....	94
7.1. Obiectul și paradigmele cheie ale teoriei jocurilor	94
7.2. Echilibrul lui Nash.....	96
7.3. Jocuri dinamice sau secvențiale.....	99
7.4. Jocuri repetate. „Dilema prizonierului“	101
Tema 8. Comportamentele de piață: între competiție și cooperare	106
8.1. Arbitrajul între competiție și cooperare	106
8.2. Cooperarea competitivă	108
8.3. Impactul configurației contextului acțional asupra comportamentului de piață al agenților	110
8.4. Relația dintre incertitudine și comportamentele de piață.....	112
8.5. Resorturile economice ale comportamentelor cooperative (de aliere).....	114
8.6. Logica economică și instituțională a cooperării inter-firme.....	116
Tema 9. Grupările (asocierile) de firme și concurența	120
9.1. Efectele de sinergie externă și competitivitatea.....	120
9.2. De la economiile de scară la valoarea economică ridicată.....	121
9.3. Rețelele de colaborare externă a firmei.....	126
9.4. Grupurile financiar–industriale.....	129
9.5. Alianțele strategice inter-firme	132
Tema 10. Prețurile și concurența în economia bazată pe cunoaștere.....	140
10.1. Semnificațiile cunoașterii ca resursă economică	140
10.2. Economia cunoașterii este o economie a intangibilului.....	142
10.3. Importanța capitalului intelectual pentru competitivitate.....	145
10.4. Feedback-ul pozitiv și efectele de rețea	147
10.5. Procesul de difuziune a cunoașterii și competiția între standarde	151
10.6. Caracteristicile cunoașterii ca bun economic tranzacționat pe piețe.....	154
10.7. Particularitățile piețelor de capital intelectual.....	157

10.8. Impactul piețelor de cunoaștere asupra acumulării de avuție intangibilă	159
10.9. Rețeaua ca sursă de proprietăți emergente și autoorganizare a piețelor	161
10.10. Capitalul rețelei de cunoaștere. Tipuri de rețele ale cunoașterii	162
Tema 11. Perspective moderne asupra strategiilor concurențiale	169
11.1. Acțiunea cunoașterii și complexității asupra comportamentelor concurențiale ale firmelor	169
11.2. Modificări la nivelul strategiilor concurențiale ale firmelor	171
11.3. De la avantajul concurențial la avantajul evolutiv	175
11.4. De la capacitatea strategică la atitudinea strategică	177
11.5. Detalieri privind conceptul de rețea a valorii	181
11.6. Viabilitatea și valoarea rețelelor	186
11.7. Paradigme ecologice în abordarea rețelelor economice	192
11.8. Configurații și comportamente în rețele de valoare	195
Tema 12. Concurența prin branding	204
12.1. O definiție a mărcii (brandului).....	204
12.2. Brand-urile deținute de firmă	205
12.3. Brandingul sau managementul mărcii	209
12.4. De la brand la reputația firmei.....	212
12.5. Valoarea de capital a reputației	218
12.6. Indicele capitalului de reputație	222
Tema 13. Politici de protecție a concurenței.....	233
13.1. Reglementarea concurenței	233
13.2. Consiliul Concurenței.....	234
13.3. Practici anticoncurențiale generale.....	239
13.4. Practici anticoncurențiale bazate pe preț.....	243
Tema 14. Metode de stabilire a prețurilor la nivel de firmă.....	248
14.1. Noțiunea de cost. Relația dintre costuri și prețuri	248
14.2. Fundamentarea deciziilor de preț pe baza costurilor variabile și fixe.....	255
14.3. Includerea profitului în prețul produsului.	256
14.4. Metode de stabilire a prețurilor	259
14.5. Costurile standard.....	261
Bibliografie	265