

Obsah

ÚVOD	7
1 ÚVOD DO METODOLÓGIE MIKROEKONÓMIE	9
1.1 PREDMET MIKROEKONÓMIE	9
1.2 ZÁKLADNÉ PREDPOKLADY MIKROEKONOMICKEJ TEÓRIE	10
1.3 METÓDY SKÚMANIA V MIKROEKONÓMII	12
1.4 MODELOVANIE - NÁSTROJ MIKROEKONOMICKEJ ANALÝZY	14
2 ROZHODOVANIE EKONOMICKÝCH AKTÉROV	17
2.1 ÚVOD DO TEÓRIE ROZHODOVANIA	17
2.2 POSTUP ROZHODOVANIA	19
2.3 ROZHODOVANIE PRI ASYMETRICKÝCH INFORMÁCIÁCH	22
2.4 KRITICKÉ MYSLLENIE	25
3 ROZHODOVANIE SPOTREBITELA PRI NÁKUPE STATKOV	27
3.1 PREFERENCIE	27
3.2 ROZDELENIE NÁKUPNÝCH ROZHODNUTÍ	29
3.3 ÚŽITOK AKO KRITÉRIUM PRI ROZHODOVANÍ	30
3.4 ÚŽITKOVÁ FUNKCIA	32
3.5 ROZHODOVANIE PRI PREDAJI	33
4 ROZHODOVANIE SPOTREBITELA PRI ZMENÁCH V PRÍJME A ZMENÁCH CIEN	35
4.1 PRÍJEM A ŽIVOTNÝ CYKLUS RODINY	35
4.2 ROZHODOVANIE SPOTREBITELA PRI ZMENE CENY	36
4.3 TVORBA MODELU PRE CENOVÚ ELASTICITU	37
5 RACIONÁLNA VOĽBA	39
5.1 MODEL RACIONÁLNEJ VOĽBY	39
5.2 MODELOVANIE DISKRÉTNHO VÝBERU	41
5.3 EKONÓMIA NÁBOŽENSTVA	42
6 ALTRUISTICKÉ ROZHODOVANIE	45
6.1 PREJAVY ALTRUIZMU V SÚČASNEJ SPOLOČNOSTI	45
6.2 ALTRUISTICKÉ TRIKY	47
7 ÚVOD DO TEÓRIE HIER	49
7.1 KONFLIKTNÁ SITUÁCIA	49
7.2 HRY S NULOVÝM A NENULOVÝM SÚČTOM	49
7.3 DILEMA VÁŽNA	50
7.4 PŘÍKLADY NETRADIČNÉHO UPLATNENIA TEÓRIE HIER	51
8 OVPLYVŇOVANIE SPOTREBITEĽOVHO ROZHODNUTIA	55
8.1 REKLAMA	55
8.2 TEÓRIA REKLAMY	56
8.3 PRAHOVÉ MNOŽSTVO REKLAMY	57
8.4 MÓDA	57
8.5 PRAKTICKÉ SPÔSOBY ZISŤOVANIA PREFERenciÍ	58
9 ROZHODOVANIE AKTÉROV V PROSTREDÍ FIRMY	59
9.1 POPIS PROSTREDIA	59
9.2 PRIESTOR MOŽNOSTÍ VOĽBY MANAŽÉROV	59
9.3 ROZHODNUTIA MAXIMALIZUJÚCE ZISK	60
9.4 ROZHODNUTIA MAXIMALIZUJÚCE TRŽBY	61
9.5 MODEL PRINCIPÁL – AGENT V TEÓRII FIRMY	62
10 ROZHODOVANIE O VSTUPOCH DO TRANSFORMAČNÉHO PROCESU	65
10.1 TRANSFORMAČNÝ PROCES	65
10.2 ROZHODOVACIE ÚLOHY NA MODELI JEDNOFAKTOROVEJ PRODUKČNEJ FUNKCIE	66
10.3 ROZHODOVACIE ÚLOHY NA MODELI DVOJFAKTOROVEJ PRODUKČNEJ FUNKCIE	67
11 ROZHODNUTIA SÚVISIACE S OPTIMALIZÁCIOU NÁKLADOV	69

11.1	NÁKLADY V KRÁTKOM OBDOBÍ	69
11.2	NÁKLADY V DLHOM OBDOBÍ	70
11.3	ÚČTOVNÝ POHLED NA NÁKLADY	71
11.4	BOD VYROVNANIA	72
11.5	PROGRAMY ZNIŽOVANIA NÁKLADOV	72
12	ROZHODOVANIE V PODMIENKACH KONKURENCIE	77
12.1	KONKURENCIA	77
12.2	MODEL KONKURENCIE	78
12.3	SOCIO-EKONOMICKÉ CHÁPANIE KONKURENCIE	80
13	ROZHODOVANIE V PODMIENKACH MONOPOLU	81
13.1	MONOPOLISTICKÁ KONKURENCIA	82
13.2	CENOVÁ DISKRIMINÁCIA	83
13.3	POSTUP VOČI MONOPOLOM	84
14	ROZHODOVANIE V PODMIENKACH OLIGOPOLU	87
14.1	MODEL OLIGOPOLOV	87
14.2	KARTEL	88
14.3	VYTŮVÁRANIE INTERVENČNEJ MOCI FIRIEM	89
14.4	ZÁKLADNÉ FORMY INTERVENČNEJ MOCI	89
	LITERATURA	93
	SLOVNÍK ZÁKLADNÝCH POJMOV	95
	OSOBNOSTI MIKROEKONOMIE	121