

Obsah

1. Chování spotřebitele	12
1.1 Klíčové pojmy.....	12
1.2 Klíčové grafy.....	12
1.3 Otázky a úkoly.....	15
1.4 Vzorce a příklady	15
2. Formování poptávky	18
2.1 Klíčové pojmy.....	18
2.2 Klíčové grafy.....	18
2.3 Otázky a úkoly.....	25
2.4 Vzorce a příklady	25
3. Produkční funkce firmy	28
3.1 Klíčové pojmy.....	28
3.2 Klíčové grafy.....	28
3.3 Otázky a úkoly.....	31
3.4 Vzorce a příklady	32
4. Náklady a příjmy firmy.....	34
4.1 Klíčové pojmy.....	34
4.2 Klíčové grafy.....	34
4.3 Otázky a úkoly.....	40
4.4 Vzorce a příklady	40
5. Chování firmy v dokonalé konkurenci	43
5.1 Klíčové pojmy.....	43
5.2 Klíčové grafy	43
5.3 Otázky a úkoly.....	48
5.4 Vzorce a příklady	48

6. Monopol	52
6.1 Klíčové pojmy.....	52
6.2 Klíčové grafy	52
6.3 Otázky a úkoly.....	55
6.4 Vzorce a příklady.....	56
7. Oligopol	58
7.1 Klíčové pojmy.....	58
7.2 Klíčové grafy	58
7.3 Otázky a úkoly.....	60
7.4 Vzorce a příklady	61
8. Monopolistická konkurence.....	63
8.1 Klíčové pojmy.....	63
8.2 Klíčové grafy.....	63
8.3 Otázky a úkoly.....	66
8.4 Vzorce a příklady	67
9. Alternativní cíle firmy	69
9.1 Klíčové pojmy.....	69
9.2 Klíčové grafy.....	69
9.3 Otázky a úkoly.....	70
9.4 Vzorce a příklady	70
10. Trh práce	72
10.1 Klíčové pojmy	72
10.2 Klíčové grafy	72
10.3 Otázky a úkoly	79
10.4 Vzorce a příklady	80
11. Trh kapitálu	82
11.1 Klíčové pojmy	82
11.2 Klíčové grafy	82
11.3 Otázky a úkoly	85
11.4 Vzorce a příklady	86

12. Všeobecná rovnováha	88
12.1 Klíčové pojmy	88
12.2 Otázky a úkoly	88
12.3 Klíčové grafy	88
12.4 Vzorce a příklady.....	91
13. Tržní selhání	93
13.1 Klíčové pojmy.....	93
13.2 Otázky a úkoly	93
13.3 Klíčové grafy	94
13.4 Vzorce.....	96
Použitá literatura	97
Graf č. 35 Velikost trhu jako faktora výsledku výroby	97
Graf č. 36 oligopol s dominantní firmou	98
Graf č. 37 Model oligopolu se založenou na počtu firm	98
Graf č. 38 Výsledek výroby v oligopoli s dominantní firmou	99
Graf č. 39 Cournotův model oligopolu – maximální zisk	100
Graf č. 40 Maximizace zisku firmy v podmínce konkurenčního	101
Graf č. 41 Uzávření firm v monopolistické konkurenci	102
Graf č. 42 Závislost ohodnocení konkurenčního výsledku na měřítku konkurenčního	103
Graf č. 43 Závislost ohodnocení konkurenčního výsledku na měřítku konkurenčního	104
Graf č. 44 Závislost ohodnocení konkurenčního výsledku na měřítku konkurenčního	105
Graf č. 45 Optimalizace ohodnocení konkurenčního výsledku	106
Graf č. 46 Optimalizace ohodnocení konkurenčního výsledku	107
Graf č. 47 Dlouhodobost ohodnocení konkurenčního výsledku	108