

CUPRINS

<i>Cuvânt înainte</i>	7
<i>Capitolul 1</i>	
COSTURILE – BAZĂ A FUNDAMENTĂRII PREȚURILOR	9
1.1. Conceptul costului	9
1.2. Costul - element de fundamentare a prețului în optica producătorului vânzător	12
1.3. Ipostaze în care apare costul ca element de fixare a prețurilor de vânzare	14
Test de autoevaluare nr. 1	18
<i>Capitolul 2</i>	
MECANISMUL ȘI FUNCȚIILE PREȚURILOR	21
2.1. Mecanismul formari prețurilor	21
2.2. Funcțiile prețurilor	25
2.3. Rolul ofertei și a cereri în formarea prețului unui bun	27
2.3.1. Oferta	27
2.3.2. Cererea	31
Test de autoevaluare nr. 2	36
<i>Capitolul 3</i>	
CATEGORII DE PREȚURI ȘI STRUCTURA PREȚURILOR	39
3.1. Teorii referitoare la prețuri	39
3.2. Categoriile de prețuri și structura prețurilor	41
3.3. Categoriile de prețuri in functie de mecanismul pieței	44
3.4. Relațiile dintre prețuri	46
Test de autoevaluare nr. 3	48

<i>Capitolul 4</i>		
	MECANISMUL FORMĂRII PREȚURILOR SUB INCIDENȚA TVA	50
4.1. Incidența TVA asupra structurii prețurilor		50
4.1.1. Formarea prețurilor cu ridicata ale producătorilor sau importatorilor		54
4.1.2. Formarea prețurilor de comercializare		55
4.2. Strategiile firmelor în domeniul prețurilor		56
4.3. Strategia fixării prețurilor de către stat		59
Test de autoevaluare nr. 4		60
<i>Capitolul 5</i>		
	DECIZIA DE PREȚ	63
5.1. Decizia de preț la nivel micro și macroeconomic		63
5.2. Sistemul componentelor decizionale		66
Test de autoevaluare nr. 5		70
<i>Capitolul 6</i>		
	STABILIREA PREȚURILOR ÎN ÎNTREPRINDERI	73
6.1. Conceptul de cost și relația dintre cost și preț		73
6.2. Tipologia costurilor de producție		74
6.3. Includerea profitului în prețul produsului. Analiza pragului de rentabilitate		80
Test de autoevaluare nr. 6		87
<i>Capitolul 7</i>		
	METODE DE FIXARE A PREȚURILOR PE BAZA COSTURILOR	90
7.1. Metode generale de fixare a prețurilor		90
7.2. Calculul marjelor		91
7.3. Metode de fixare a prețurilor		91
Test de autoevaluare nr. 7		95

<i>Capitolul 8</i>		
	FUNDAMENTAREA ȘI ACTUALIZAREA PREȚURILOR DE OFERTĂ	98
8.1.	Analiza costurilor de producție în vederea fundamentării prețului	98
8.2.	Includerea profitului în prețuri	102
8.3.	Inflația - factor de influență în fundamentarea nivelului și a structurii prețului de ofertă	103
	Test de autoevaluare nr. 8	104
<i>Capitolul 9</i>		
	CONCURENȚA	107
9.1.	Definirea, funcțiile și instrumentele concurenței	107
9.2.	Tipologia concurenței	111
9.3.	Formarea prețurilor în economia concurențială contemporană	116
	Test de autoevaluare nr. 9	119
<i>Capitolul 10</i>		
	PROTECȚIA CONCURENȚEI ECONOMICE	122
10.1.	Reglementarea concurenței neloiale	122
10.2.	Reglementarea practicilor de tip monopolist	124
10.3.	Piața relevantă	125
10.4.	Investigarea Practicilor Anticoncurențiale	127
10.5.	Atingerea adusă concurenței prin operațiunea de concentrare economică	127
	Test de autoevaluare nr. 10	133
<i>Capitolul 11</i>		
	PRACTICILE ANTICONCURENȚIALE	135
11.1.	Tipologia practicilor anticoncurențiale	135
11.2.	Fixarea prețurilor de revânzare a produselor	138
11.3.	Strategia prețului de ruinare	139

11.4. Strategia prețurilor de discriminare	140
11.5. Prețurile în strategia de dumping	141
Test de autoevaluare nr. 11	143
<i>BIBLIOGRAFIE</i>	147