

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие

Глава 1. Что такое фирма

Глава 2. Производственный процесс и издержки фирмы

Глава 3. Внутренняя организация фирмы

Глава 4. Различные цели фирмы

Глава 5. Анализ поведения потребителя

Глава 6. Фирма и рынок

Глава 7. Рыночная власть фирмы: насколько она сильна?

Глава 8. Легко ли быть монополистом

Глава 9. Бывает ли монополия естественной?

Глава 10. Ценовые стратегии фирмы

Глава 11. Плюсы и минусы продуктового разнообразия

Глава 12. Вертикальные взаимодействия фирм

Глава 13. Конкуренция и сговор среди крупных фирм

Глава 14. Оптимальная реклама фирмы

Глава 15. Фирма в мире информации

Глава 16. Инновационные рынки

Глава 17. Фирма в международном контексте

Ответы на задания для самостоятельной работы