

Tételek
Ár- és Piacelmélet
NGM_AK008_1

1. Versenypolitika történeti megközelítésben az Egyesült Államokban
2. Versenypolitika történeti megközelítésben az EU-ban
3. Versenypolitika történeti megközelítésben Nagy-Britanniában
4. Versenypolitika történeti megközelítésben Németországban
5. Versenypolitika Magyarországon
6. A versenypolitika célrendszere
7. A piaci erő vizsgálatának elméletei: szerkezet-magatartás-teljesítmény vizsgálatok, tranzakciós költségek elmélete, megtámadható piacok elmélete, játékelmélet
8. Egytermékes vállalatok termelési technológiája és költségfüggvényei
9. Piaci szerkezetek és profitmaximalizálás: Tökéletes verseny modellje, a modell feltételrendszere, magyarázóereje és korlátai
10. Piaci szerkezetek és profitmaximalizálás: Tökéletes monopólium modellje, a modell feltételrendszere, magyarázóereje és korlátai
11. Domináns vállalat - versenyző szegély modell: a belépésmentes változat
12. Domináns vállalat - versenyző szegély modell: a szabadbelépéses változat
13. Piaci szerkezetek és profitmaximalizálás: Kétvállalatos, egytermékes Cournot-modell, a modell feltételrendszere, magyarázóereje és korlátai
14. Piaci szerkezetek és profitmaximalizálás: Cournot-modell: több vállalat, különböző költségek
15. A Lerner-index és a Herfindahl-Hirschman-index kapcsolatának levezetése „n” vállalatos Cournot-modellből.
16. Piaci szerkezetek és profitmaximalizálás: Kétvállalatos, egytermékes Stackelberg-modell, a modell feltételrendszere, magyarázóereje és korlátai
17. Piaci szerkezetek és profitmaximalizálás: Kétvállalatos, egytermékes Bertrand-modell, a modell feltételrendszere, magyarázóereje és korlátai
18. Az árdiszkrimináció típusai és megvalósításának feltételei
19. A harmadfokú árdiszkrimináció és megvalósítása homogén termék esetén
20. Elsőfokú árdiszkrimináció I. – Kétrészes árképzés
21. Elsőfokú árdiszkrimináció II. – Blokk-árképzés
22. Másodfokú árdiszkrimináció
23. Csomagban történő értékesítés és árdiszkrimináció: tiszta összecsomagolás (Stigler példa, Adams-Yellen modell)
24. Csomagban történő értékesítés és árdiszkrimináció: vegyes összecsomagolás (Adams-Yellen modell)
25. Horizontális termékdifferenciálás – a Fő utca modellje. A modell feltételrendszere és a profitmaximum levezetése – Meddig érdemes növelni az üzlethelyiségek számát?
26. Horizontális termékdifferenciálás – Megéri-e mindig lefedni a teljes piacot?
27. Horizontális termékdifferenciálás – Lehet-e túl nagy a termékválaszték?
28. Térbeli Bertrand-modell, modellfeltételek, marginális fogyasztó elhelyezkedése és profitok nagysága
29. A térbeli Stackelberg – modell (szekvenciális árverseny), marginális fogyasztó elhelyezkedése és profitok nagysága
30. Belépéstől való elrettentés és kizorító árazás: kapacitásokba való beruházás, mint a kizorítás eszköze – Dixit-modell
31. Az információs aszimmetria és a kizorító árazás I.: Bolton-Scharfstein-modell
32. Az információs aszimmetria és a kizorító árazás II.: Milgrom-Roberts-modell

33. Hosszú távú kizárólagos értékesítési szerződések, mint a kizorítás eszközei I.:
Aghion-Bolton-modell
34. Hosszú távú kizárólagos értékesítési szerződések, mint a kizorítás eszközei II.:
Rasmussen-Rasmayer-Wiley-modell
35. Kizorító magatartás és közpolitika
36. Összejátszó magatartás egyidőszakos és végtelen időhorizontú elemzése
37. A reklámok szerepe a profitmaximalizálásban
38. Reklám és információ termékdifferenciálás esetén
39. Reklám és márkaérték építés: Grossman-Shapiro-modell
40. A reklámüzenetek eljutásának valószínűsége és hatása a piaci árakra, keresletre, profitra
41. Piaci szerkezet és az innovációra való ösztönzés