

Obsah

Seznam tabulek	8
Seznam obrázků.....	9
Předmluva	11
1 Podstata procesu tvorby ceny	13
Kritické faktory rozhodování o cenách.....	14
Definování ceny	19
Cenové struktury	20
Omezení při realizaci tvorby cen	22
Etika tvorby cen.....	23
2 Tržní interpretace ceny	25
Cena jako součást marketingového mixu	25
Cena jako nákupní informace	27
Cena jako marketingový stimul.....	29
Interpretace ceny z hlediska zákazníka	30
Vztah mezi cenou a kvalitou	32
Přijatelné cenové hladiny a přijatelná cenová rozpětí	34
Tvorba cenových řad	36
Referenční ceny	38
„Liché“ a „sudé“ ceny.....	38
3 Tvorba cen z hlediska ekonomické teorie	39
Dynamika trhu.....	39
Pojetí poptávky.....	40
Nabídka	44

4	Funkce nákladů v tvorbě cen	47
	Vliv nákladů na tvorbu cen	47
	Tvorba cen vycházející ze struktury nákladů	48
	Pojetí nákladů.....	50
	Strukturní faktory ovlivňující náklady.....	53
5	Nákladově orientovaná tvorba cen	58
	Nákladově orientovaná tvorba cen	58
	Slabiny nákladově orientované metody	59
	Proč se používá nákladově orientovaný přístup?.....	64
	Jak důležité jsou náklady při stanovení ceny?	65
	Objemové předpoklady pro účely kalkulace nákladů	66
	Analýza rovnováhy nákladů a výnosů	67
6	Poptávkově a konkurenčně orientovaná tvorba cen	72
	Odhlédnutí od spojitosti mezi náklady a cenou.....	72
	Tvorba cen s orientací na poptávku	73
	Konkurenčně orientovaná tvorba cen.....	79
7	Cenová rozhodování výrobců	83
	Prostředí cenové tvorby	83
	Cenové strategie.....	88
	Cenové slevy a srážky	93
8	Tvorba cen výrobních řad.....	99
	Tvorba cen příbuzných výrobků	100
	Komplementární výrobky	104
	Substituční výrobky.....	110
	Koncové a vnitřní položky výrobních řad	112
9	Tvorba cen v průběhu životního cyklu výrobku.....	115
	Pojetí životního cyklu výrobku	115
	Fáze životního cyklu výrobku	118
	Cenové strategie pro jednotlivé fáze životního cyklu výrobku.....	124

10	Metody geograficky orientované tvorby cen.....	133
	Geograficky zaměřené cenové systémy.....	133
	Systémy dodacích cen	138
11	Tvorba maloobchodních cen	141
	Jednotné nebo proměnlivé ceny?	141
	Cenové řady.....	142
	Srážky a slevy	144
	Obchodování s cenově přitažlivými výrobky.....	146
	Liché ceny.....	148
	Obvyklé ceny.....	149
	Paketový prodej.....	150
	Cena za měrnou jednotku	150
	Označování zboží cenou	151
12	Tvorba cen a právní otázky	
	Právní prostředí	154
	Účinky regulace	156
	Horizontální kontrola cen	156
	Vertikální kontrola cen.....	158
	Cenová diskriminace	159
	Dravá cenová tvorba	163
	Klamavé cenové praktiky	165
13	Tvorba cen služeb	167
	Charakteristiky služeb	167
	Cenové rozhodovací procesy.....	172
	Strategie tvorby cen služeb.....	174
	Cenové taktiky	179
14	Tvorba cen v podmínkách inflace a nedostatečné nabídky	181
	Podmínky inflace a nedostatečné nabídky.....	181
	Potřeba cenové strategie v podmínkách inflace.....	188

15	Tvorba cen na mezinárodních trzích	189
	Aspekty mezinárodní tvorby cen	190
	Struktura nákladů a trhu.....	192
	Regulační a politické prostředí	194
	Monopolní tvorba cen, inflace a cenová regulace	197
	Kolísání směnných kursů.....	198
	Zóny volného obchodu.....	199
	Dumping.....	199
	Výměnný obchod, kompenzační obchod, zpětná koupě	200
	Určování vnitropodnikových cen.....	201
	Alternativy tvorby cen	202