

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	2
2. TEORETSKI KONCEPT FORMIRANJA CIJENA	3
3. POLITIKE I METODE FORMIRANJA CIJENA U PROIZVODNOJ KOMPANIJI.....	5
3.1. Formiranje cijena na bazi troškova.....	8
3.1.1. Pojam i klasifikacija troškova.....	9
3.1.2. Troškovi i cijena koštanja	12
3.1.3. Utvrđivanje visine troškova	20
3.1.4. Utvrđivanje cijene.....	24
3.2. Formiranje cijena s aspekta kupaca i potrošačke vrijednosti.....	25
3.2.1. Zakon tražnje	26
3.2.2. Elastičnost tražnje	27
3.2.3. Teorija granične korisnosti	30
3.2.4. Uticaj promjene cijena i dohotka na potrošačev izbor.....	32
3.2.5. Matrica kupca	33
3.3. Formiranje cijena na osnovu konkurencije.....	37
3.3.1. Elastičnost ponude	38
3.3.2. Vrste konkurencije i cijene	42
4.OSTALI ASPEKTI FORMIRANJA CIJENA	45
ZAKLJUČAK.....	48
LITERATURA.....	49
SPISAK SLIKA I TABELA	50