

# Obsah

Seznam tabulek	8
Seznam obrázků	9
Předmluva	11
<b>1 Podstata procesu tvorby ceny</b>	<b>13</b>
Kritické faktory rozhodování o cenách	14
Definování ceny	19
Cenové struktury	20
Omezení při realizaci tvorby cen	22
Etika tvorby cen	23
<b>2 Tržní interpretace ceny</b>	<b>25</b>
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
<b>3 Tvorba cen z hlediska ekonomické teorie</b>	<b>39</b>
Dynamika trhu	39
Pojetí poptávky	40
Nabídka	44
<b>4 Funkce nákladů v tvorbě cen</b>	<b>47</b>
Vliv nákladů na tvorbu cen	47
Tvorba cen vycházející ze struktury nákladů	48
Pojetí nákladů	50
Strukturální faktory ovlivňující náklady	53
<b>5 Nákladově orientovaná tvorba cen</b>	<b>58</b>
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
<b>6 Poptávkově a konkurenčně orientovaná tvorba cen</b>	<b>72</b>
Odhlédnutí od spojitosti mezi náklady a cenou	72
Tvorba cen s orientací na poptávku	73
Konkurenčně orientovaná tvorba cen	79
<b>7 Cenová rozhodování výrobců</b>	<b>83</b>
Prostředí cenové tvorby	83
Cenové strategie	88
Cenové slevy a srážky	93
<b>8 Tvorba cen výrobových řad</b>	<b>99</b>
Tvorba cen příbuzných výrobků	100
Komplementární výrobky	104
Substituční výrobky	110
Koncové a vnitřní položky výrobových řad	112
<b>9 Tvorba cen v průběhu životního cyklu výrobku</b>	<b>115</b>
Pojetí životního cyklu výrobku	115
Fáze životního cyklu výrobku	118
Cenové strategie pro jednotlivé fáze životního cyklu výrobku	124
<b>10 Metody geograficky orientované tvorby cen</b>	<b>133</b>
Geograficky zaměřené cenové systémy	133
Systémy dodacích cen	138
<b>11 Tvorba maloobchodních cen</b>	<b>141</b>
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
<b>12 Tvorba cen a právní otázky</b>	<b>153</b>
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
<b>13 Tvorba cen služeb</b>	<b>167</b>
Charakteristiky služeb	167
Cenové rozhodovací procesy	172
Strategie tvorby cen služeb	174
Cenové taktiky	179
<b>14 Tvorba cen v podmínkách inflace a nedostatečné nabídky</b>	<b>181</b>
Podmínky inflace a nedostatečné nabídky	181
Potřeba cenové strategie v podmínkách inflace	188
<b>15 Tvorba cen na mezinárodních trzích</b>	<b>189</b>
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