

INHOUDSOPGAVE

HOOFDSTUK 1 DE KLANT	4
1.1 Het marktaandeel	4
1.2 De vraag van consumenten	7
1.3 Elasticiteiten	12
1.4 Elasticiteit en omzet	14
1.5 De vraagfunctie	17
1.6 De gevolgen voor anderen	20
1.7 Zelftest	24
Leerdoelen	28
HOOFDSTUK 2 DE KOSTEN	30
2.1 Het aanbod	30
2.2 Break-evenanalyse	33
2.3 Winst	39
2.4 Zelftest	41
Leerdoelen	44
HOOFDSTUK 3 DE CONCURRENTIE	45
3.1 De telefoon	45
3.2 De markt	47
3.3 Marktvormen	49
3.4 De marketingmix	54
3.5 Consument en markt	56
3.6 Zelftest	58
Leerdoelen	60
HOOFDSTUK 4 DE PRIJSVORMING	62
4.1 Prijsvorming bij volkomen concurrentie	62
4.2 Prijsvorming bij onvolkomen concurrentie	66
4.3 Zelftest	71
Leerdoelen	75
HOOFDSTUK 5 DE OVERHEID	76
5.1 Vuile lucht	76
5.2 Belastingen, heffingen en subsidies	78
5.3 Minimumprijzen en maximumprijzen	80
5.4 Andere vormen van overheidsingrijpen	82
5.5 Zelftest	85
Leerdoelen	88
BIJLAGE 1 DE BEDRIJFSKOLOM MET BEDRIJFSTAKKEN	90
BIJLAGE 2 HINTS	93
BEGRIPPENLIJST	95