**Teme za ispitna pitanja za I kolokvijum**

1. **Firme i njihov menadzment**
* Sta je firma
* Relacije unutar firme
* Stvaranje firme
* Firma kao pravni entitet
* Firma kao administrativna jedinica pod centralnom kontrolom
* Firma kao skup resursa
* Tradicionalna gledista (teorije) firme: firma kao “crna kutija”, agencijsko glediste (principal-agent pristup shvatanju firme, glediste na firmu iz ugla transakcionih troskova (nesavrsene informacije, oportuno ponasanje), evolutivna teorija firme (organizacija koja ucci)
* Globalne 1990-te: decentralizacija (podugovaranje/outsourcing, joint ventures, strateske alijanse, downsizing, proizvodnja i transpogoni, osnovne kompetencije firme, znacaj velicine firme zamposlovni uspjeh)
1. **Traznja i ponuda**
* Svojim rijecima objasnite sta je savrssena konkurencija
* Objasniti povezanost izmedju ponude, traznje i cijene
* Kako funkcionise trzisna ravnoteza i kako se preko trzista ostvaruje profit
1. **Neoklasične firme na savrseno konkurentnim trsistima**
* Sta pokazuje proizvodna funkcija u kratkom, a sta proizvodna funkcija u dugom roku
* Na koje nacine se mjere/iskazuju troskovi u ekonomskoj analizi
* U kakvoj su relaciji jedinicni/prosjecni trosak i autput (proizvedena kolicina proizvoda/usluga) koji nastaju iz proizvodnog procesa
* Kako funkcionise mehanizam savrseno konkurentnog trzista
* Objasnite kako se firma ponasa u uslovima koji vaze na savrseno konkurentnom trzistu: *veliki broj malih firmi, homogeni autputi, sloboda ulaska i izlaska na trzistima proizvoda i proizvodnih faktora, potpune informacije*
1. **Trzisna struktura**
* Opisite sljedece trzisne strukture, iz ugla odluka firme o *cijenama* i *kolicinama* proizvoda koje proizvode (za razliku od strukture savrseno konkurentnog trzista): monopol, monopolisticka konkurencija (diferencirani proizvodi), oligopol
* Trzisna moc – stepen koncentracije u pojedinim industrijama
* Ulazne barijere (egzogene i endogene) ulaska novih firmi na odredjeno trziste (industrije)
* Kako *teorija igara* objasnjava ponasanje oligopolskih firmi ( kada firme pored osnovnih odluka o cijenama i kolicinama proizvoda koje zele da proizvedu, donose i ostale odluke o reklami, marketing planovima, razvoju novih proizvoda); sta znace termini igra, teorija igara, strateska odluka, igracci, strategije
* Nash-ova ravnoteza (Igra kapaciteta)