

Microéconomie de l'entreprise 2 – Théorie des marchés

Chapitre I - équilibre d'un marché

Section 1. La fonction de demande sur le marché

- A. Définitions et loi de la demande
 1. *Forme générale et forme réduite de la demande individuelle*
 2. *Demande individuelle, demande sur le marché et demande à l'entreprise*
 3. *La loi de la demande*
 4. *La représentation graphique de la fonction de demande*
- B. Les déplacements de la fonction de demande
 1. *La prise en compte des effets des variables autres que le prix du bien*
 2. *Le revenu des consommateurs*
 3. *Les prix des autres biens*
 4. *La démographie des acheteurs*
 5. *Les goûts et préférences des consommateurs*

Section 2. La fonction d'offre sur le marché

- A. Définition et forme de la fonction d'offre
- B. Les déplacements de la fonction d'offre
 1. *La taille de l'industrie*
 2. *Les progrès de la technologie*
 3. *Les variations de prix des facteurs de production*
 4. *Les variations de prix des biens connexes*
 5. *Les interventions gouvernementales*

Section 3. L'équilibre du marché d'un bien

- A. La représentation standard d'un marché et la règle du "côté court"
- B. L'existence d'un équilibre de marché
- C. La stabilité de l'équilibre de marché

Section 4. Surplus du consommateur, surplus du producteur et surplus social

- A. La notion de surplus sur le marché d'un produit
- B. Le surplus du consommateur
- C. Le surplus du producteur
- D. Le surplus social

Section 5. La régulation des transactions sur un marché

- A. La question des coûts de transaction
- B. La régulation du prix d'échange : prix plancher et prix plafond
- C. La régulation des quantités : le contingentement des volumes d'échange
- D. La régulation par l'introduction d'une taxe/subvention

Section 6. Les notions d'élasticité de la demande et de l'offre

- A. Les notions d'élasticité de la demande**
 1. L'élasticité-prix directe de la demande
 2. L'élasticité-prix croisée de la demande
 3. L'élasticité-revenu de la demande
- B. Les notions d'élasticité de l'offre**

Chapitre II- La concurrence pure et parfaite

Section 1. Recettes et profit de l'entreprise

- A. Les fonctions de recette
 - 1. *La recette totale*
 - 2. *La recette moyenne ou demande à l'entreprise*
 - 3. *La recette marginale*
- B. La fonction de profit de l'entreprise
 - 1. *La différence entre la recette totale et le coût total*
 - 2. *La maximisation du profit*

Section 2. Conditions et conséquences de la concurrence pure et parfaite

- A. Les cinq conditions définissant un marché de concurrence pure et parfaite
- B. Les conséquences de la concurrence pure et parfaite

Section 3. L'entreprise en concurrence pure et parfaite en courte période

- A. La quantité maximisant le profit
- B. Seuils de rentabilité et de fermeture
 - 1. *Le prix - seuil de rentabilité*
 - 2. *Le prix - seuil de fermeture*
- C. Fonctions d'offre et équilibre du marché
 - 1. *Les fonctions d'offre des entreprises*
 - 2. *L'équilibre du marché*

Section 4. L'entreprise en concurrence pure et parfaite en longue période

- A. L'entrée de nouvelles entreprises sur le marché
- B. L'équilibre de longue période : l'annulation du profit

Chapitre III-Le monopole

Section 1. Origines et conséquences du monopole

- A. Définition et origine du monopole
- B. Les conséquences du monopole pour l'entreprise

Section 2. La stratégie de l'entreprise en situation de monopole

- A. La maximisation du profit en courte période
- B. Le monopole en longue période

Section 3. L'impact d'un monopole : les effets de l'absence de concurrence sur le marché

- A. La comparaison du monopole et de la concurrence pure et parfaite
- B. La mesure du pouvoir de marché du monopole : l'indice de Lerner

Section 4. Le monopole sous influence : les autres politiques de prix

- A. La maximisation du CA
- B. la tarification au coût marginal
- C. la tarification au coût moyen
- D. La tarification en fonction du taux de marge attendu

Section 1. Les origines d'une situation d'oligopole sur un marché

- A. Définition d'un oligopole
- B. Les barrières à l'entrée : formation et maintien des oligopoles

Section 2. L'entreprise en situation d'oligopole : les interdépendances stratégiques

- A. L'interdépendance des stratégies des entreprises
- B. Entre l'affrontement et l'entente : le dilemme du prisonnier

Section 3. Analyse des stratégies non coopératives en duopole

- A. le duopole de Cournot
- B. Le paradoxe de Bertrand

Section 4. Les situations de collusion sur les marchés oligopolistiques

- A. La collusion formelle : la formation des cartels
- B. La collusion implicite : la conjecture de la demande coudée

Section 5. La différenciation des produits

- A. Définition et origines de la différenciation
- B. Une situation basée sur la différenciation : la concurrence monopolistique

Section 6. La discrimination par les prix

- A. Les formes de la discrimination
- B. Conditions nécessaires à la discrimination
- C. Les conséquences de la discrimination : l'exemple du monopole discriminant