

Marché	Lieu réel ou fictif où l'offre et la demande se rencontrent et donnent naissance à des échanges.
Coordination économique	Ensemble des procédures qui permettent un ajustement entre les intérêts divergents des agents économiques.
Institutionnalisation du marché	Ensemble des mécanismes qui permettent au marché de devenir le mode de répartition des ressources dominant durable
Droits de propriété	Ensemble de règles juridiques permettant de détenir et d'utiliser un bien sous certaines contraintes et restrictions.
Don	Système d'échange sans contrepartie immédiate pratiqué dans les économies dites primitives, qui repose sur une triple obligation : donner, recevoir et rendre.
Demande	Quantité d'un bien ou d'un service qu'un individu ou que l'ensemble des individus intéressés par ce bien ou ce service souhaite acquérir à un prix donné.
Elasticité	Rapport du taux de variation d'une grandeur (quantité demandée, offerte, ...) au taux de variation de l'une des variables susceptibles de l'influencer (prix, revenu, ...)
Offre	Sur un marché déterminé, quantité maximale de biens ou de services qu'un agent économique ou un ensemble d'agents économiques souhaite vendre à un prix donné.
Prix d'équilibre	Prix correspondant à l'égalité de l'offre et de la demande sur un marché. (point d'intersection entre la courbe de l'offre et la courbe de demande)
Quantité d'équilibre	Quantités échangées permettant l'égalisation de l'offre et de la demande.

Prix plancher	Prix au-dessous duquel une denrée ou un service ne peuvent être vendus. L'objectif est généralement d'assurer une garantie de revenu aux vendeurs ou, plus rarement, de limiter ou rationner la consommation (exemple : politique anti-tabagique)
Prix plafond	Prix au-dessus duquel une denrée ou un service ne peuvent être vendus. Les biens considérés comme de première nécessité (biens alimentaires) peuvent être soumis à des réglementations qui en fixent un prix plafond, ou l'augmentation maximum qu'on peut leur appliquer chaque année. L'objectif est d'assurer que les consommateurs puissent se procurer le bien à un prix donné.
Monopole	Structure de marché caractérisée par un seul vendeur.
Oligopole	Structure de marché caractérisée par un petit nombre de vendeurs, leur nombre étant suffisamment limité pour que les décisions de l'un influencent les décisions des autres.
Pouvoir de marché	Capacité à influencer les conditions du marché, cad les actions des autres agents et le prix de marché.
Concentration	Regroupement de 2 ou plusieurs entreprises sous l'autorité d'un même centre de décision.
Asymétrie d'information	Situation dans laquelle 2 agents économiques, dans le cadre d'un rapport d'échange, disposent d'une inégalité d'information.
Externalité	Effet créé par un agent lorsqu'il procure à autrui par son activité une utilité, un avantage gratuit ou une désutilité, un dommage, sans compensation monétaire.
Biens collectifs	Biens ou services non rivaux et/ou excludables, cad pouvant être consommés par les uns sans réduire la quantité disponible pour les autres et sans que l'on puisse exclure quelqu'un de leur consommation (pour non participation financière par exemple)

