

Popis předmětu

Zkratka předmětu:	KOD/OMM	Strana:	1 / 2
Název předmětu:	International Marketing		
Akademický rok:	2019/2020	Tisknuto:	11.07.2020 03:23

Pracoviště / Zkratka	KOD / OMM			Akademický rok	2019/2020
Název	International Marketing			Způsob zakončení	Zkouška
Název dlouhý	Mezinárodní marketing				
Akreditováno/Kredity	Ano, 5 Kred.			Forma zakončení	Kombinovaná
Rozsah hodin	Přednáška 1 [HOD/TYD] Cvičení 2 [HOD/TYD]			Zápočet před zkouškou	ANO
Obs/max	Statut A	Statut B	Statut C	Počítán do průměru	ANO
Letní semestr	0 / -	0 / -	4 / -	Min. (B+C) studentů	nestanoveno
Zimní semestr	0 / -	0 / -	11 / -	Opakovaný zápis	NE
Rozvrh	Ano			Vyučovaný semestr	Zimní, Letní
Vyučovací jazyk	angličtina			Počet dnů praxe	0
Volně zapisovatelný předmět	Ano			Hodn. stup. zp. před zk.	S N
Hodnotící stupnice	1 1,5 2 2,5 3 4				
Počet hodin kontaktní výuky					
Automat. uzn. záp. před zk.	Ne				
Periodicita					
Nahrazovaný předmět	KOD/MM				
Vyloučené předměty	Nejsou definovány				
Podmiňující předměty	Nejsou definovány				
Předměty informativně doporučené	Nejsou definovány				
Předměty, které předmět podmiňuje	KOD/SZMAR, KOD/SZMR, KOD/SZOMA, KOD/SZOMR, KŘE/SZMAR				

Cíle předmětu (anotace):

Předmět výrazně profiluje absolventa pro oblast mezinárodního podnikání. V průběhu kurzu získají posluchači vědomosti z problematiky mezinárodního marketingu, výzkumu mezinárodních trhů a seznámí se s nástroji mezinárodního marketingu.

Požadavky na studenta

Požadavky k zápočtu:
Prezentace marketingového projektu.
Požadavky ke zkoušce:
Získání alespoň 15 bodů z 20, při písemné zkoušce.

Obsah

Přednášky:

1. Definice mezinárodního marketingu, koncepce mezinárodního marketingu, vývozní koncepce, mezinárodní marketingové řízení (interkulturní marketing), globální marketing, specifika mezinárodního marketingu.
2. Mezinárodní prostředí a jeho vliv na mezinárodní podnikání. Strategické plánování a růstové strategie v mezinárodním marketingu.
3. Formy vstupu na zahraniční trhy. Vývozní a dovozní aktivity (obchodní metody), formy vstupů nenáročného na kapitálové investice (licence, franchising...), kapitálové vstupy na zahraniční trhy. Faktory, které ovlivňují rozhodování o volbě vstupu na mezinárodní trhy.
4. Segmentace mezinárodních trhů. Segmentační strategie, kritéria segmentace trhu spotřebních výrobků, segmentační strategie na průmyslovém trhu. Výběr cílových trhů. Positioning v mezinárodním prostředí..

Cvičení:

Tvorba marketingového projektu dle zadaných podmínek.

Předpoklady - další informace k podmíněnosti studia předmětu

Předmět Mezinárodní marketing je podmíněn předmětem Základy marketingu. (ZMA).

Získané způsobilosti

Studenti rozumí základním principům mezinárodního marketingu.

Studijní opory

Garanti a vyučující

- **Garanti:** Roberto Bergami, Dr.
- **Přednášející:** Roberto Bergami, Dr.
- **Cvičící:** Roberto Bergami, Dr.

Literatura

- **Základní:** KEEGAN, W. J., SCHLEGEMILCH, B. *Global Marketing Management. A European Perspective.* 2001. ISBN 0- 138-41826-8.
- **Základní:** Keegan, W. J. and Green, M. *Global Marketing (8th ed).*,. USA, 2014. ISBN 9780133545005.
- **Základní:** MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing.* Praha, 2003. ISBN 80-245-0496-0.
- **Základní:** Machková, H., Sato, A., Zamykalová, M. a kol. *Mezinárodní obchod a marketing.* Praha: Grada Publishing, 2002. ISBN 80-247-0364-5.
- **Rozšiřující:** HOLLENSSEN, S. *Global Marketing, A market-responsive approach.* ISBN 0-273-64644-3.
- **Doporučená:** de Mooij, M. *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes.* USA, 2009. ISBN 9781412970419.
- **Doporučená:** Toyne, B. and Walters, P.G. *Global marketing management a strategic perspective (2nd ed).* USA, 1993. ISBN 0205141374.

Vyučovací metody

Monologická (výklad, přednáška, instruktáž)
 Dialogická (diskuze, rozhovor, brainstorming)
 Práce s multimediálními zdroji (texty, internet, IT technologie)
 Projektová výuka
 Praktická výuka

Hodnotící metody

Písemná zkouška
 Seminární práce

Předmět je zařazen do studijních programů:

Studijní program	Typ stud.	Forma stud.	Obor	Etapa	V.st.pl.	Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Economics and Management	Navazující	Prezenční	Commerce and Entrepreneurship	1	1	2019	Block A: compulsory subjects	A	2	LS