

Obsah

Předmluva	IV
Obsah	VII
Podrobný obsah	XI
Seznam vybraných zkratk	XV
Kapitola 1 Motivy vstupu do mezinárodního prostředí.....	1
1.1 Aktivní motivační faktory	2
1.2 Pasivní motivační faktory	3
1.3 Shrnutí	4
1.4 Otázky	4
Kapitola 2 Podstata a význam mezinárodního marketingu	5
2.1 Koncepce mezinárodního marketingu	7
2.2 Úloha mezinárodního marketingu.....	8
2.3 Stadia mezinárodního rozvoje firmy	9
2.4 Shrnutí	11
2.5 Otázky	12
Kapitola 3 Rozhodnutí o vstupu firmy na mezinárodní trh	13
3.1 Faktory výběru formy vstupu	13
3.2 Formy vstupu firem na mezinárodní trhy	14
3.3 Shrnutí	19
3.4 Otázky	20
Kapitola 4 Mezinárodní ekonomické prostředí.....	21
4.1 Tržní charakteristiky	22
4.2 Vybrané ukazatele hodnocení ekonomického prostředí.....	27
4.3 Subjekty mezinárodních ekonomických vztahů.....	30
4.4 Shrnutí	31
4.5 Otázky	31
Kapitola 5 Mezinárodní politické a právní prostředí	33
5.1 Politické riziko a jeho eliminace	34
5.2 Právní systémy.....	37
5.3 Mezinárodní politika.....	37

5.4	Shrnutí	38
5.5	Otázky	38
Kapitola 6 Mezinárodní kulturní prostředí		39
6.1	Dimenze kultury	40
6.2	Kulturní elementy z hlediska marketingu	43
6.3	Sociální aspekty	48
6.4	Mezinárodní obchodní jednání	49
6.5	Shrnutí	50
6.6	Otázky	50
Kapitola 7 Mezinárodní marketingový výzkum		51
7.1	Využití mezinárodního marketingového výzkumu	52
7.2	Specifika mezinárodního marketingového výzkumu	54
7.3	Zdroje informací pro mezinárodní marketingový výzkum	57
7.4	Spolupráce s výzkumnými agenturami	60
7.5	Hlavní metody mezinárodního marketingového výzkumu	65
7.6	Shrnutí	71
7.7	Otázky	72
Kapitola 8 Výrobek v mezinárodním pojetí		73
8.1	Charakteristiky výrobku	73
8.2	Výrobní strategie v mezinárodním marketingu	78
8.3	Shrnutí	79
8.4	Otázky	80
Kapitola 9 Cena v mezinárodním pojetí		81
9.1	Faktory volby mezinárodní cenové strategie	82
9.2	Mezinárodní cenové strategie	84
9.3	Stanovení ceny na mezinárodním trhu	85
9.4	Shrnutí	87
9.5	Otázky	88
Kapitola 10 Distribuce v mezinárodním pojetí		89
10.1	Vývojové trendy v mezinárodní distribuci	90
10.2	Mezinárodní distribuční strategie	93
10.3	Shrnutí	99
10.4	Otázky	99
Kapitola 11 Marketingová komunikace v mezinárodním pojetí		101
11.1	Marketingové komunikační strategie v mezinárodním prostředí	102
11.2	Marketingový komunikační mix	104
11.3	Shrnutí	112

11.4 Otázky	113
Literatura	115
Seznam tabulek.....	119
Seznam obrázků	121
Rejstřík.....	123