

# Obsah

<b>ÚVOD</b>	<b>8</b>
<b>KAPITOLA 1: POSTAVENÍ OBCHODNÍHO ÚSEKU V ORGANIZACI</b>	<b>10</b>
1.1 Východisko – organizační struktura firmy	14
1.2 Management a náplň jeho činnosti	15
1.3 Faktory ovlivňující řízení, manažerské kompetence	16
1.4 Součinnost (vnitrofiremních útvarů) při vypracování zásadních dokumentů	17
1.5 Stanovení strategie firmy	18
1.6 Analýza, faktory	18
1.7 Modely, východiska	19
1.8 Tvorba a řízení obchodní strategie	19
1.8.1 Společenská odpovědnost firem – CSR – Corporate Social Responsibility	19
1.8.2 Koncept CSR	20
1.8.3 ČSN ISO 26000 – Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti	20
1.9 Krizový management	21
1.9.1 Vymezení krizového managementu	21
1.9.2 Vymezení pojmů	21
1.10 Předvídání firemní krize	22
1.10.1 Krizový plán	22
1.10.2 Krizový štáb	22
1.10.3 Krizová opatření	22
1.11 Postavení obchodního úseku	23
1.11.1 Pracovní zaměření obchodních útvarů	23
1.11.2 Vyhodnocování efektivnosti obchodních útvarů	23
<b>KAPITOLA 2: PROBLEMATIKA NÁKUPU</b>	<b>29</b>
2.1 Strategický nákup	30
2.1.1 Zvláštní obchodní operace	30
2.1.2 Barterové obchody	31
2.1.3 Offsetové operace	31
2.2 Systém výběru subdodavatelů	33
2.3 Optimalizace řízení skladů a skladových zásob	33
2.4 Normy zásob	34
2.5 Diverzifikace surovinových vstupů – snižování rizika	35
2.6 Pojistné zásoby	36
2.7 Přenos řízení dodávek na subdodavatele	37

<b>KAPITOLA 3: NEZBYTNÉ INTERNÍ NÁVAZNOSTI OBCHODNÍHO ÚSEKU</b>	<b>43</b>
3.1 Obchodní úsek	44
3.2 Ná vaznost obchodního a výrobního úseku	44
3.3 Ná vaznost finančního a obchodního úseku	44
3.4 Strategické partnerství	45
3.5 Vhodnost začlenění logistiky v rámci OÚ	45
<b>KAPITOLA 4: OUTSOURCING OBCHODNÍCH ČINNOSTÍ</b>	<b>51</b>
4.1 Formy smluvního sjednání outsourcingu	52
4.2 Dceřiné firmy, význam, označení	52
4.3 Zřizování dceřiných firem českých subjektů v EU	53
4.4 Societas Europaea (SE), evropská společnost	54
4.5 Možnosti působení a aktivit evropské společnosti v ČR	54
4.6 Předpisy týkající se evropské společnosti (SE)	55
4.7 Formy podnikání dceřiných společností	55
<b>KAPITOLA 5: ŘÍZENÍ VZTAHŮ SE ZÁKAZNÍKY</b>	<b>61</b>
5.1 CRM – Customer Relationship Management – řízení vztahů se zákazníky	62
5.2 Cíle a přínosy CRM – řízení vztahu se zákazníky	62
5.3 Fáze nasazení CRM	63
5.4 Typy CRM	63
5.5 Application Service Providing (ASP) – poskytování aplikačních služeb	64
5.6 Key account management	65
5.7 Key account manažer a jeho postavení	65
5.8 Cross-selling, Up-selling	66
5.9 Síťový marketing (multi-level marketing „MLM“, network marketing)	67
<b>KAPITOLA 6: VZNIK A PŘÍPRAVA OBCHODNÍHO PŘÍPADU</b>	<b>73</b>
6.1 Průzkumové činnosti	74
6.2 Základní typy průzkumů tuzemského a zahraničního trhu	74
6.2.1 Teritoriální průzkum (získání informací o zemi – teritoriu, kam chceme vyvážet)	74
6.2.2 Komoditní (zbožový) průzkum (získání informací o zboží a jeho balení)	76
6.2.3 Technický průzkum (bývá součástí komoditního průzkumu)	77
6.2.4 Průzkum obchodních partnerů (odběratelů)	77
6.2.5 Cenový průzkum	78
6.3 Zpracování údajů z průzkumů a jejich ukládání	80
6.4 Základní pravidla tendrových (výběrových) řízení	80
6.5 Průzkum možností ochrany před riziky z nezaplacení kupní ceny	81
6.6 Příprava nabídky	81
6.6.1 Kalkulace prodejní ceny	81
6.6.2 Kalkulace nákupní ceny	82
6.6.3 Akvizice	83
6.7 Příprava kupní smlouvy	84

<b>KAPITOLA 7: LOGISTIKA</b>	<b>89</b>
7.1 Význam a postavení zasílatele	90
7.2 Logistika – zasílatel, instituce, pravidla	91
7.3 Druhy přepravy	92
7.3.1 Železniční doprava	92
7.3.2 Kamionová (silniční) doprava, v mezinárodním obchodě „Mezinárodní silniční doprava“	92
7.3.3 Námořní doprava	92
7.3.4 Říční doprava	93
7.3.5 Letecká nákladní doprava	93
7.4 Dokumenty používané při přepravě zboží	93
7.5 Smlouvy, které mohou být součástí logistických služeb	94
7.5.1 Kontrola zboží	94
7.5.2 Skladování zboží, uložení zboží	96
<b>KAPITOLA 8: HLAVNÍ ROZDÍLY A SPECIFIKACE MEZI TUZEMSKÝM A ZAHRANIČNÍM OBCHODEM</b>	<b>101</b>
8.1 Specifika tuzemského a zahraničního obchodu	102
8.1.1 Zastupitelský vztah při vývozu	103
8.1.2 Smlouva o zprostředkování	103
8.1.3 Smlouva o obchodním zastoupení	103
8.1.4 Komisionářská smlouva	104
8.1.5 Smlouva o výhradním prodeji	104
8.1.6 Mezinárodní úmluvy, směrnice a zvyklosti v oblasti zastoupení a zprostředkování	104
8.2 Emerging markets	105
8.2.1 Země E7	105
8.2.2 „BRIC“ země – „politický klub“ (nyní – rok 2014) pěti zemí	105
8.2.3 Emerging Markets – vývoj	105
8.2.4 EMERGING MARKETS (35 rozvíjejících se zemí)	106
8.3 Tendry OSN a Světové banky a možnosti jejich využití	106
8.4 Specifika vybraných asijských, afrických a latinskoamerických trhů	107
8.5 Podpora českým firmám při vývozu do zahraničí	108
8.6 Pojištění teritoriálních (politických) rizik (EGAP)	108
8.7 Řízení pohledávek	109
8.8 Nové formy a možnosti podpory českých exportních firem	110
<b>ŘEŠENÍ SOUHRNNÝCH PŘÍKLADŮ</b>	<b>113</b>
<b>SEZNAM LITERATURY</b>	<b>117</b>
<b>PŘÍLOHY</b>	<b>121</b>