

Obsah

O autorovi	8
Úvod	9
1. kapitola	
Ekonomické, sociální a právní prostředí Evropské unie	15
1.1 Ekonomické prostředí	17
1.2 Sociální prostředí	25
1.3 Právní prostředí	29
2. kapitola	
Kulturní prostředí Evropské unie	33
2.1 Pojem kultura, její úrovně a projevy	35
2.2 Části kulturního prostředí	37
2.3 Rozdíly národních kultur zemí EU a jejich analýza	42
<i>Hofstedeho kulturní dimenze</i>	44
<i>Kulturní dimenze podle Fonse Trompenaarse</i>	58
2.4 Charakteristika českých kulturních dimenzí	62
<i>Charakteristika podle Hofstedeho dimenzí</i>	62
<i>Charakteristika podle některých dimenzí F. Trompenaarse</i>	68
2.5 Změny kultury	71
<i>Kulturní vývoj zemí EU</i>	71
3. kapitola	
Trh Evropské unie	77
3.1 Principy fungování jednotného trhu	78
3.2 Příležitosti a hrozby pro české firmy	83
3.3 Získávání informací o evropském trhu	86
4. kapitola	
Strategie vstupu na jednotný evropský trh	91
4.1 Analýza prostředí	92
4.2 SWOT analýza	94
4.3 Ochrana postavení na domácím trhu	97
4.4 Expanze na evropský trh	101
<i>Konkurenční strategie</i>	103
<i>Strategie vstupu na jednotný evropský trh</i>	104

5. kapitola

Evropský spotřebitel a jeho spotřební chování	109
5.1 Kulturní segmentace jednotného evropského trhu	114
5.2 Kultura a spotřební chování	120

6. kapitola

Kulturní aspekty marketingového mixu	127
6.1 Produkt	129
<i>Značka výrobku</i>	132
<i>Země původu</i>	134
<i>Některé zvláštnosti služeb</i>	137
6.2 Význam a role ceny	138
<i>Vztah ceny, kvality a země původu výrobku</i>	141
6.3 Distribuce	144
<i>Národní rozdíly v distribuci</i>	147
<i>Podpora prodeje a distribuce</i>	150

7. kapitola

Marketingové komunikace v zemích Evropské unie	155
7.1 Reklama	157
<i>Reklamní apel</i>	165
<i>Formát reklamy</i>	169
<i>Humor v reklamě</i>	172
<i>Národní styly reklamy</i>	174
7.2 Public relations	180
7.3 Osobní prodej	183

8. kapitola

Evropské kulturní rozdíly v komunikaci	185
8.1 Jazyk	186
8.2 Neverbální komunikace	189
8.3 Prostor a odstup od druhé osoby	191
8.4 Čas	191
8.5 Barvy	192
8.6 Projevy	193
8.7 Dárky	194
8.8 Obchodní a jiné vyjednávání	196

9. kapitola

Kulturní aspekty osobní komunikace v zemích Evropské unie	199
9.1 Země Beneluxu	201
<i>Belgie</i>	202

<i>Nizozemsko</i>	204
<i>Lucembursko</i>	207
9.2 Německo	208
9.3 Rakousko	213
9.4 Velká Británie	216
9.5 Irsko	221
9.6 Francie	224
9.7 Itálie	228
9.8 Španělsko	231
9.9 Portugalsko	234
9.10 Řecko	236
9.11 Skandinávské země	239
<i>Švédsko</i>	240
<i>Dánsko</i>	243
<i>Finsko</i>	246
Závěr	249
Poslání a služby Euro Info Center	250
Použité zkratky	252
Literatura	253
English Summary	259