

1. Obsah

1. OBSAH.....	3
2. ÚVOD	7
3. PRINCIPY JEDNOTNÉHO VNITŘNÍHO TRHU EU	9
3.1 Průběh přípravy České republiky na vstup do Evropské unie	14
3.2 Charakteristika jednotného vnitřního trhu Evropské unie	21
3.2.1 Program vytvoření jednotného vnitřního trhu.....	21
3.2.2 Jednotný evropský akt	23
3.2.3 Fungování jednotného vnitřního trhu	26
3.2.4 Důsledky zavedení jednotného vnitřního trhu pro podnikání	36
3.2.5 Od jednotného vnitřního trhu k hospodářské a měnové unii.....	37
3.2.6 Jednotný vnitřní trh a jeho vazby na Českou republiku	38
3.3 Společná obchodní politika	39
3.3.1 Nástroje společné obchodní politiky.....	40
3.3.2 Společná obchodní politika a Česká republika	42
3.3.3 Hlavní změny obchodní politiky ČR po vstupu do EU	44
3.4 Problematika porušování hospodářské soutěže	46
3.4.1 Ochrana hospodářské soutěže na společném trhu.....	46
3.4.2 Pravidla ochrany hospodářské soutěže v ČR.....	51
4. PROBLÉMOVÉ OBLASTI A VOLBA STRATEGIE FIRMY V PODMÍNKÁCH JEDNOTNÉHO VNITŘNÍHO TRHU	54
4.1 Identifikace problémových oblastí podnikatelských subjektů při vstupu České republiky do Evropské unie	54
4.2 Obecný postup při přípravě firmy na působení na jednotném trhu Evropské unie	61
4.3 Volba marketingové strategie firmy v podmínkách jednotného vnitřního trhu	64
4.4 Význam marketingového řízení firem pro jednotný vnitřní trh.....	74
4.5 Specifické trendy marketingového mixu pro jednotný trh	77
5. PODPORA PODNIKÁNÍ Z FONDŮ EU	84
5.1 Cíle regionální politiky Evropské unie pro období 2000 - 2006	86
5.2 Strukturální fondy, Kohezní fond, Iniciativy Evropského společenství a zaměření jejich pomoci	89

5.3	Vztah strukturálních fondů k předvstupní pomoci pro ČR.....	97
5.4	Postup programování.....	100
5.5	Operační programy	104
5.6	Základní náležitosti pro sestavování projektu.....	111
6.	ZÁVĚR	118
7.	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	119
8.	POUŽITÉ ZKRATKY A POJMY.....	126