

Obsah

Úvod	1
kapitola 1	
Globalizace evropského trhu a její dopady na ČR	2
1.1 Předvstupní strategie jako příprava cesty k členství v EU	2
1.2 Zlepšení přístupu k trhům Evropské unie	3
1.3 Bílá kniha - prováděcí dokument vnitřního trhu EU	4
1.4 Význam vnitřního trhu při naplňování cílů Unie	7
1.5 Zásady vnitřního trhu Unie	8
1.6 Právní úprava zajišťující volný pohyb zboží	9
1.7 Právní úprava zajišťující volný pohyb služeb	10
1.8 Právní úprava zajišťující volný pohyb osob	10
1.9 Právní úprava zajišťující volný pohyb kapitálu	11
1.10 Politika hospodářské soutěže	11
1.11 Závěry	12
kapitola 2	
Marketingová koncepce pro trh Evropské unie	14
kapitola 3	
Prostředí trhu Evropské unie	19
3.1 Trh Evropské unie	21
3.2. Obchodní bilance Evropské unie	24

kapitola 4

4. Chování evropských spotřebitelů	26
4.1 Německá zkumavka jménem Hassloch	28
4.2 Index spotřebitelské důvěry	29
4.3 Nákupní preference evropských spotřebitelů	30
4.4 Nové etikety pивovaru Starobrno	31
4.5 Malé prodejny versus supermarkety	35
4.6 Römerquelle – rakouská minerálka číslo 1	36

kapitola 5

5. Marketingové strategie evropských firem	39
5.1 Ze Skandinávie do celé Evropy a světa	41
5.2 Irská whiskey	44
5.3 Nizozemské Magnum	46

kapitola 6

6. Strategické marketingové řízení evropských firem	49
6.1 Podnikatelské zásady nizozemské společnosti Royal Dutch/Shell	50
6.2 Podnikatelské cíle	51
6.3 Veřejnost a klíčové segmenty veřejnosti (stakeholders)	52
6.4 Image organizace	57
6.5 Image Brněnských veletrhů a výstav, a.s.	58
6.6 Identita organizace	61
6.7 Kultura organizace	64
6.8 Od gramodesek do Marketingové síně slávy	64
6.9 Shrnutí	69

kapitola 7

7. Marketing v zemědělství a potravinářství EU	72
7.1 Agrobiznys a marketing	72
7.1.1 Paretovo optimum	80
7.1.2 Vývoj západoevropského zemědělství po roce 1945	81

7.2 Společná zemědělská politika	82
7.2.1 Ekonomický vývoj v Evropě	83
7.2.2 Soběstačnost, nadprodukce a reforma Společné zemědělské politiky	84
7.3 Nástin hlavních rysů reformy Společné zemědělské politiky	85
7.3.1 Potřeby reformy společné zemědělské politiky	86
7.3.2 Hlavní rysy navrhovaných reforem	88
7.4 Evropský model zemědělství	91
7.5 Některé aspekty tvorby zemědělské politiky	92
7.5.1 Rada ministrů EU	93
7.5.2 Evropský parlament	93
7.5.3 Zastoupení zpracovatelů a spotřebitelů	94
7.5.4 Zemědělci a společnost	94
 Závěr	 97
 Rejstřík	 98