

Obsah

ÚVOD	7
KAPITOLA 1: POSTAVENÍ OBCHODNÍHO ÚSEKU (OÚ) V ORGANIZACI	9
1.1. Východisko – organizační struktura firmy	9
1.2. Management a náplň jeho činnosti	11
1.3. Faktory ovlivňující řízení, manažerské kompetence	13
1.4. Součinnost (vnitrofiremních útvarů) při vypracování zásadních dokumentů.....	14
1.5. Stanovení strategie firmy	15
1.6. Analýza, faktory	15
1.7. Modely, východiska	16
1.8. Tvorba a řízení obchodní strategie	16
1.8.1. Společenská odpovědnost firem – CSR – Corporate Social Responsibility	17
1.8.2. Koncept CSR	18
1.8.3. ČSN ISO 26000 – Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti	18
1.9. Krizový management.....	19
1.9.1. Vymezení krizového managementu.....	19
1.9.2. Vymezení pojmů	20
1.10. Předvídání firemní krize	20
1.10.1. Krizový plán	20
1.10.2. Krizový štáb	20
1.10.3. Krizová opatření.....	21
1.11. Postavení obchodního úseku	21
1.11.1. Pracovní zaměření obchodních útvarů.....	21
1.11.2. Vyhodnocování efektivnosti obchodních útvarů	21
KAPITOLA 2: PROBLEMATIKA NÁKUPU	25
2.1. Strategický nákup.....	26
2.1.1. Zvláštní obchodní operace	26
2.1.2. Barterové obchody	27
2.1.3. Offsetové operace	28
2.2. Systém výběru subdodavatelů	30
2.3. Optimalizace řízení skladů a skladových zásob	31
2.4. Normy zásob.....	31
2.5. Diverzifikace surovinových vstupů – snižování rizika	34
2.6. Pojistné zásoby	34

2.7. Přenos řízení dodávek na subdodavatele	36
KAPITOLA 3: NEZBYTNÉ INTERNÍ NÁVAZNOSTI OBCHODNÍHO ÚSEKU.....	38
3.1. Obchodní úsek.....	38
3.2. Ná vaznost obchodního a výrobního úseku	38
3.3. Ná vaznost finančního a obchodního úseku	39
3.4. Strategické partnerství	40
3.5. Vhodnost začlenění logistiky v rámci OÚ.....	40
KAPITOLA 4: OUTSOURCING OBCHODNÍCH ČINNOSTÍ.....	43
4.1. Formy smluvního sjednání outsourcingu	44
4.2. Dceřiné firmy, význam, označení.....	44
4.3. Zřizování dceřiných firem českých subjektů v EU	45
4.4. SOCIETAS EUROPEA (SE), Evropská společnost.....	45
4.5. Možnosti působení a aktivit Evropské společnosti v ČR	46
4.6. Předpisy týkající se Evropské společnosti (SE).....	46
4.7. Formy podnikání dceřiných společností	47
KAPITOLA 5: ŘÍZENÍ VZTAHŮ SE ZÁKAZNÍKY	49
5.1. CRM – Customer Relationship Management – řízení vztahů se zákazníky.....	49
5.2. Cíle a přínosy CRM – řízení vztahu se zákazníky	50
5.3. Fáze nasazení CRM	50
5.4. Typy CRM	51
5.5. Application Service Providing (ASP) – poskytování aplikačních služeb	52
5.6. Key Account Management	53
5.7 Key Account Manažer a jeho postavení	54
5.8. Cross - Selling, Up Selling	54
5.9. Síťový marketing (Multi - Level marketing "MLM", Network Marketing).....	55
KAPITOLA 6: VZNIK A PŘÍPRAVA OBCHODNÍHO PŘÍPADU.....	59
6.1. Průzkumové činnosti	59
6.2. Základní typy průzkumů tuzemského a zahraničního trhu	59
6.2.1. Teritoriální průzkum (získání informací o zemi – teritoriu, kam chceme vyvážet)	59
6.2.2. Komoditní (zbožový) průzkum (získání informací o zboží a jeho balení)	62
6.2.3. Technický průzkum (bývá součástí komoditního průzkumu).....	63
6.2.4. Průzkum obchodních partnerů (odběratelů).....	63
6.2.5. Cenový průzkum	65
6.3. Zpracování údajů z průzkumů a jejich ukládání	67
6.4. Základní pravidla tendrových (výběrových) řízení	69

6.5. Průzkum možností ochrany před riziky z nezaplacení kupní ceny	70
6.6 Příprava nabídky	70
6.6.1 Kalkulace prodejní ceny	70
6.6.2 Kalkulace nákupní ceny	71
6.6.3 Akvizice	72
6.7. Příprava kupní smlouvy	74
KAPITOLA 7: LOGISTIKA	77
7.1 Význam a postavení zasílatele	78
7.2 Logistika – zasílatel, instituce, pravidla	79
7.3 Druhy přepravy	80
7.3.1 Železniční doprava	80
7.3.2 Kamionová (silniční) doprava, v mezinárodním obchodě „Mezinárodní silniční	80
7.3.3 Námořní doprava	81
7.3.4. Říční doprava	81
7.3.5. Letecká nákladní doprava	82
7.4 Dokumenty používané při přepravě zboží	82
7.5 Smlouvy, které mohou být součástí logistických služeb	83
7.5.1 Kontrola zboží	83
7.5.2 Skladování zboží, uložení zboží	86
KAPITOLA 8: HLAVNÍ ROZDÍLY A SPECIFIKACE MEZI TUZEMSKÝM A ZAHRANIČNÍM OBCHODEM	90
8.1. Specifika tuzemského a zahraničního obchodu	91
8.1.1. Zastupitelský vztah při vývozu	92
8.1.2. Smlouva o zprostředkování.....	93
8.1.3. Smlouva o obchodním zastoupení.....	93
8.1.4. Komisionářská smlouva.....	94
8.1.5. Smlouva o výhradním prodeji	94
8.1.6. Mezinárodní úmluvy, směrnice a zvyklosti v oblasti zastoupení a zprostředkování..	95
8.2. Emerging markets	95
8.2.1. Země E 7	96
8.2.2 „BRIC“ země – „politický klub“ (nyní – rok 2012) pěti zemí	96
8.2.3 Emerging Markets – vývoj	96
8.2.4. EMERGING MARKETS (35 rozvíjejících se zemí)	97
8.3. Tendry OSN a Světové banky a možnosti jejich využití	97
8.4. Specifika vybraných asijských, afrických a latinsko-amerických	98

8.5. Podpora českým firmám při vývozu do zahraničí.....	99
8.6 Pojištění teritoriálních (politických) rizik (EGAP)	100
8.7 Řízení pohledávek.....	103
8.8 Nové formy a možnosti podpory českých exportních firem	104
SEZNAM LITERATURY	113
PŘÍLOHY	114