

OBSAH

ÚVOD	4
1 VÝZNAM CENY V OBCHODNÍ ČINNOSTI	5
1.1 CÍLE CENOVÉ TVORBY	5
1.2 SLEVY POSKYTOVANÉ PRODUCENTY	6
1.2.1 Množstevní slevy	7
1.2.2 Obchodní slevy	8
1.2.3 Sezónní slevy	8
1.2.4 Propagační slevy	9
1.2.5 Hotovostní slevy	9
1.3 TVORBA MALOOBCHODNÍCH CEN	10
1.3.1 Jednotné nebo proměnlivé ceny	10
1.3.2 Cenové řady	12
1.3.3 Využití psychologie při tvorbě cen	14
1.3.4 Paketový prodej	15
1.3.5 Cena za měrnou jednotku	16
1.3.6 Obchodování s cenově přitažlivými výrobky	16
1.3.7 Slevy poskytované maloobchodníky	18
1.4 SHRNUÍ	21
1.5 KONTROLNÍ TEST	26
2 VÝZNAM DISTRIBUCE A STRUKTURA DISTRIBUČNÍ CESTY	34
2.1 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA DISTRIBUCE	35
2.2 DISTRIBUČNÍ CESTA	36
2.3 ALTERNATIVNÍ STRUKTURY DISTRIBUČNÍ CESTY	37
2.4 ÚLOHA JEDNOTLIVÝCH TOKŮ V DISTRIBUČNÍCH CESTÁCH	40
2.5 ROZHODOVÁNÍ O STRUKTUŘE DISTRIBUČNÍ CESTY	42
2.5.1 Etapa 1: Rozpoznání potřeby rozhodnutí o struktuře distribuční cesty	42
2.5.2 Etapa 2: Definice a koordinace distribučních cílů	43
2.5.3 Etapa 3: Specifikace úkolů distribuce	44
2.5.4 Etapa 4: Charakteristika alternativ struktury distribuční cesty	46
2.5.5 Etapa 5: Identifikace proměnných ovlivňujících strukturu distribuční cesty	48
2.5.6 Etapa 6: Výběr optimální struktury distribuční cesty	53
2.6 VÝBĚR ZPŮSOBU DISTRIBUCE	54
2.6.1 Variantní řešení výběru způsobu prodeje	56
2.6.2 Nedostatky metodiky výběru způsobu prodeje	62
2.6.3 Aplikace metodiky výběru způsobu prodeje	63
2.7 SHRNUÍ	68
2.8 KONTROLNÍ TEST	75
3 PŘÍKLADY – CENOVÁ TVORBA V PRŮBĚHU DISTRIBUČNÍ CESTY	86
3.1 PŘÍKLAD 1	86
3.2 PŘÍKLAD 2	88
4 DODACÍ PODMÍNKY – DODACÍ PARITA, DOPRAVA A POJIŠTĚNÍ	91
4.1 INCOTERMS (INTERNATIONAL COMMERCIAL TERMS)	91
4.2 SMLUVNÍ ZAJIŠTĚNÍ MEZINÁRODNÍ PŘEPRAVY	96
4.2.1 Dokumenty používané v mezinárodní přepravě	98
4.3 POJIŠTĚNÍ V MEZINÁRODNÍM OBCHODĚ	99
4.4 SHRNUÍ	100
4.5 KONTROLNÍ TEST	102
LITERATURA	111