



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Sylabus předmětu International Business Strategy

Prof. Guillaume Finck

CO ZÍSKÁTE STUDIEM A ABSOLVOVÁNÍM TOHOTO PŘEDMĚTU

Tento předmět je navržen tak, aby dal studentům potřebné základy k ovládnutí obchodní strategie tím, že rozvíjí chápání jejich ekonomického prostředí a základních principů strategie a taktiky. Dále se soustředí na obecné zásady ruptury strategií tím, že popisuje procesy, které některé firmy mohou použít k otevření nové strategické mezery.

Obsah předmětu:

- Porozumění výzvám a metodám potřebným pro analýzu průmyslu.
- Vypracování konkrétního a operativního chápání strategických a taktických možností.
- Schopnost porušit pravidla, jakmile jsou naučena.
- Schopnost zvážit plusy a minusy vstupu na mezinárodní trh společnosti usilující o strategii mezinárodního rozvoje.
- Posouzení exportních schopností společnosti.
- Vybudování exportního plánu.
- Výzkum a volba mezinárodního cílového trhu.
- Pochopení globálních vlivů v podnikání, jako např. měny, olej, politika atd.

OBLASTI A TÉMATA, V NICHŽ MŮŽETE S LEKTOREM/LEKTORKOU KONZULTOVAT

- **Oblast 1** - Obchodní inteligence jako 1. krok k obchodní strategii: Pomocí studie 100 let války mezi Coca-Cola a Pepsi bude demonstrována schopnost přizpůsobit společnost jejímu prostředí v reálném čase. Výrobky, které nejsou nezbytné ani technicky specifické, se mohou stát skutečnými symboly, pokud jsou správně uvedeny na trh a mohou být vystavěny obrovské politické, ekonomické a kulturní říše. Dále bude popsána obchodní inteligence jako předběžný nástroj. Budou objasněny metody a koncepce.
- **Oblast 2** - Informace jako nejdůležitější zbraň: Jak shromažďujeme, analyzujeme a využíváme informace, když jsou nutná obchodní rozhodnutí? A co je důležitější, jak vybíráme ty správné informace, které použít? Tato kapitola objasní způsoby odstranění špatných dat z našeho procesu analýzy a jak odolávat manipulacím.
- **Oblast 3** - Pravidla: umění války aplikované na obchodní strategii: Ke zjednodušení složitých strategických koncepcí bude provedena studie o válčení. Jakmile porozumíme učení Napoleona, Alexandra, Attily, Caesara nebo Sun Tzu, jejich aplikace na skutečná obchodní rozhodnutí bude evidentní. Následně budou objasněny všechny hlavní koncepce strategie.
- **Oblast 4** - Jednoduché nástroje pro komplexní problémy: První část této kapitoly se věnuje pochopení procesu Diamond analýzy, která odděluje příznaky a aktuální skutečné problémy. Druhá část demonstruje druhý jednoduchý a efektivní nástroj: proces mapování, který nám umožňuje vytvářet scénáře komplexního strategického rozvoje. Následně bude použit příklad současné strategické pozice Applu.



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

- **Oblast 5** - Naučte se pravidla: Studenti dostanou kompletní metodu strategické analýzy v 13 bodech. Může být použita jako vodítko pro budoucí obchodní manažery. Bude vyjasněna vnitřní a vnější analýza, strategické obchodní jednotky, klíčové faktory úspěchu, poziční matrice a vytváření scénářů.
- **Oblast 6** - Porušujte pravidla: V této kapitole se naučíme, jak někdy můžeme dosáhnout skvělých výsledků využitím zkratk a odlišného myšlení. Budou představeny strategie Blue Ocean, Soft strategie a rozvoj Freemium jako ekonomického modelu. Budou demonstrovány překvapivé výsledky s minimálním rizikem a investicemi, jsou-li použity správné roztržky.

ZPŮSOB ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU

Předmět je zakončen zpracováním písemné práce.

STUDIJNÍ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE

Podpůrné studijní materiály zpracované lektorem (k dispozici online ve studijním systému)

Doporučená studijní literatura:

Všechny kurzy a multimediální obsah na: <http://finck.paris/>

Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors. New York: The Free Press.

Tzu, S. (2006). The Art of War. MN: Filiquarian Publishing.

Machiavelli, N. (2008). The Prince. New York: University Press.