



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

Mezinárodní obchodní strategie

Prof. Guillaume Finck

CO ZÍSKÁTE STUDIEM A ABSOLVOVÁNÍM TOHOTO PŘEDMĚTU

Studium tohoto předmětu vám umožní kriticky zhodnotit příležitosti i výzvy spojené s rostoucí globalizací trhů. Analýza klíčových sil prostředí, které formují potřeby a preference spotřebitelů, vliv zahraničních politických a ekonomických faktorů na společnosti, vliv mezinárodní konkurence, segmentace trhu a strategická rozhodnutí specifická pro mezinárodní marketing.

Pomůže vám také osvojit si, jak navrhnout konkrétní mezinárodní strategii, a v případě potřeby se oprostit od obvyklých strategií.

Po absolvování tohoto předmětu budete schopni pochopit, který typ strategie je vhodnější pro určitou společnost podle jejího stadia internacionalizace, zdrojů a cílů, a analyzovat vliv kulturních, sociálních, politických a ekonomických faktorů na obchodní strategie.

Studiem tohoto předmětu dále získáte především možnost průběžně **konzultovat reálné problémy, případy a situace z vaší praxe** s lektorem – **expertem na danou problematiku**, a v rámci těchto konzultací pod jeho odborným vedením **zpracovat jejich řešení formou prakticky orientované případové studie** (seminární práce). Díky tomu, že konzultace neprobíhají skupinově, ale pouze přímo mezi vámi a lektorem, **můžete konzultovat i citlivé firemní záležitosti**, včetně konkrétních dat atd., bez obav ze sdílení těchto údajů s dalšími studenty.

Výstupem po absolvování tohoto předmětu je tedy cenný dokument ihned dále použitelný ve vaší firmě či zaměstnání, s vysokou přidanou hodnotou díky one-to-one konzultacím s odborníkem.

OBLASTI A TÉMATA, V NICHŽ MŮŽETE S LEKTORKOU KONZULTOVAT

- Rozvoj konkrétních a operativních znalostí strategických a taktických možností.
 - Pochopení výzev a metod nezbytných pro analýzu odvětví.
 - Po osvojení si pravidel, být schopen je v případě potřeby porušit.
 - Vybrat jeden ze způsobů vstupu na mezinárodní trh, který je k dispozici pro společnost sledující strategii mezinárodního rozvoje.
 - Posoudit exportní schopnosti společnosti.
 - Vytvořit exportní plán.
 - Průzkum a výběr mezinárodního cílového trhu.
 - Pochopení globálních vlivů v podnikání, jako jsou měny, ropa, politika atd.
- Další témata v rámci odborné působnosti lektora, po vzájemné dohodě.



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

ZPŮSOB ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU

Předmět je zakončen zpracováním **seminární práce**, v níž student **řeší konkrétní téma ze své praxe**, týkající se daného předmětu, případně **některé z modelových témat připravených lektorem** (viz níže). Seminární práce je zpracovávána v rozsahu **7-10 stran formátu A4**, z toho se musí jednat alespoň o **8 normostran textu**. Seminární práce je lektorem ohodnocena procentuálně, přičemž **50 % a více** znamená **úspěšné absolvování daného předmětu**.

MODELOVÁ TÉMATA SEMINÁRNÍ PRÁCE

1. Měl by Apple uskutečnit převzetí společnosti Samsung?
2. Co byste udělali jinak, kdybyste byli generálním ředitelem společnosti Sony?
3. Jaká by byla vaše strategická doporučení pro společnost Tesla?

STUDIJNÍ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE

Podpůrné studijní materiály vypracované lektorem (dostupné online ve studijním systému).

Elektronické knihy z online knihovny Bookport od nakladatelství Grada:

Business Strategy And Strategic Planning by Neil Ritson

<https://bookboon.com/en/business-strategy-and-strategic-planning-ebook>

Ostatní studijní literatura (Autoři: Název, Vydavatelství, Rok vydání, ISBN):

Charles W. L. Hill and G. Tomas M. Hult (2019): International Business: Competing in the Global Marketplace, 12th Edition

Ostatní užitečné zdroje (videomateriály, online profesní skupiny, blogy, diskuse atd.):

NPR <https://www.npr.org/sections/news/?t=1548403308783>

BBC News <https://www.bbc.com/news>

The Art of War, Sun Tzu.

The Prince, Machiavelli