

Popis předmětu

Zkratka předmětu:	UPEM/PMMM	Strana:	1 / 2
Název předmětu:	Mezinárodní marketing a management		
Akademický rok:	2019/2020	Tisknuto:	24.05.2024 11:09

Pracoviště / Zkratka	UPEM / PMMM			Akademický rok	2019/2020
Název	Mezinárodní marketing a management			Způsob zakončení	Zkouška
Akreditováno/Kredity	Ano, 4 Kred.			Forma zakončení	Kombinovaná
Rozsah hodin	Přednáška 2 [HOD/TYD] Cvičení 1 [HOD/TYD]			Zápočet před zkouškou	ANO
Obs/max	Statut A	Statut B	Statut C	Počítán do průměru	ANO
Letní semestr	0 / -	0 / -	0 / -	Min. (B+C) studentů	nestanoveno
Zimní semestr	38 / -	0 / -	0 / -	Opakovaný zápis	NE
Rozvrh	Ano			Vyučovaný semestr	Zimní semestr
Vyučovací jazyk	Čeština			Počet dnů praxe	0
Volně zapisovatelný předmět	Ano			Hodn. stup. zp. před zk.	S N
Hodnotící stupnice	A B C D E F				
Počet hodin kontaktní	Ne				
Automat. uzn. záp. před zk.	Ne				
Periodicita	K				
Nahrazovaný předmět	UEV/PMMM				
Vyloučené předměty	Nejsou definovány				
Podmiňující předměty	Nejsou definovány				
Předměty informativně doporučené	Nejsou definovány				
Předměty, které předmět podmiňuje	Nejsou definovány				

Cíle předmětu (anotace):

Cílem předmětu je poskytnout aktuální informace a znalosti posluchačům o stavu mezinárodního marketingu a managementu v globální ekonomice.

Požadavky na studenta

Podmínkou udělení zápočtu je účast na cvičeních, která jsou povinná a zpracování včetně přijetí seminární práce, také je možné dotazníkové šetření v podniku. Při zkoušce se požaduje porozumění látce a schopnost aplikace získaných znalostí a vědomostí.

Obsah

Globalizace.
Multinacionální korporace.
Organizační struktura MNC/TNC.
Řízení v mezinárodním podniku.
Průmyslová demokracie.
Marketing a mezinárodní podnikání.
Výrobní politika.
Značková politika.
Zahraničně obchodní činnost.

Předpoklady - další informace k podmíněnosti studia předmětu

Získané způsobilosti

Student bude schopen získané předpoklady úspěšně aplikovat v tuzemských firmách a zahraničních společnostech, zejména zapojených do mezinárodního obchodu a podnikání.

Studijní opory

Garanti a vyučující

- **Garanti:** Ing. Josef Novotný, Ph.D. (100%)
- **Přednášející:** Ing. Josef Novotný, Ph.D. (100%)
- **Cvičící:** Ing. Josef Novotný, Ph.D. (100%)

Literatura

- **Základní:** BUCHTA, M.: *Mezinárodní management a marketing*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2008, ISBN 978-80-7395-109-2.
- **Základní:** MACHKOVÁ, H.: *Mezinárodní marketing: [strategické trendy a příklady z praxe]*, 4. vydání, Praha: Grada, 2015, ISBN 978-80-247-5366-9.
- **Doporučená:** ŠTRACH, P.: *Mezinárodní management*, 1. vydání, Praha: Grada, 2009, ISBN 978-80-247-2987-9.
- **Doporučená:** MACHKOVÁ, H. a kol.: *Mezinárodní obchodní operace*, 6. vydání, Praha: Grada, 2014, ISBN 978-80-247-4874-0.

Vyučovací metody

Monologická (výklad, přednáška, instruktáž)
 Dialogická (diskuze, rozhovor, brainstorming)
 Metody práce s textem (učebnicí, knihou)

Hodnotící metody

Ústní zkouška
 Písemná zkouška

Předmět je zařazen do studijních programů:

Studijní program	Typ stud.	Forma stud.	Obor	Etapa V.st.pl.		Rok	Blok	Statut	D.roč.	D.sem.
Ekonomika a management	Navazující	Prezenční	Ekonomika a management podniku	1	2014	2019	Předměty povinné	A	2	ZS
Ekonomika a management	Navazující	Prezenční	Ekonomika a management podniku	1	2015	2019	Předměty povinné	A	2	ZS