



European
School
of Business
& Management



SYLABUS MODULU

7. Global Business

Lektor: PhDr. Ing. Petr Mašín, MBA

Anotace modulu:

Úspěšní obchodní lídři mají vize a plány do budoucnosti a hluboce si uvědomují význam místních a globálních trhů, na kterých působí. Chápou silné a slabé stránky, jejich podnikání a produktové řady, konkurenceschopnost a vznikající trendy ve svém podnikatelském sektoru. Díky strategickému nadhledu tito vůdci předvídají změny v podmínkách globálního trhu, uznávají potenciální příležitosti k inovacím, určují strategické iniciativy na podporu firmy a úspěšně předvídají překážky vstupu na domácí a mezinárodní úrovni. Vzdělávací modul nabízí ucelený pohled na problematiku mezinárodního obchodu, včetně ekonomických a strategických aspektů, které jsou pro úspěch podnikání v globálním prostředí klíčové. Tento modul je zaměřen na analýzu prostředí mezinárodního obchodu, vhodné používané nástroje a částečně i specifika mezinárodního marketingu. Studenti tak získají znalosti potřebné k porozumění makroekonomickým (mezinárodní obchod) a mikroekonomickým (mezinárodní podnikání) otázkám v globálním prostředí, tvorbě vhodných strategií pro rozšiřování potenciálu do nadnárodního měřítka, pochopení odlišností tvorby lokálních, národních a mezinárodních strategií a jejich praktického použití. Na ekonomickou část pak logicky navazuje alespoň základní úvod z oblasti mezinárodního marketingu, který dotváří ucelený přehled, vysvětlující globální pojetí pro specifickou oblast mezinárodního obchodu.

Cíl modulu:

Tento vzdělávací modul nabízí ucelený pohled na jednotlivé aspekty mezinárodního obchodu, včetně ekonomických a strategických aspektů s ním spojených. Studenti získají znalosti potřebné k porozumění makroekonomickým (mezinárodní obchod) a mikroekonomickým (mezinárodní podnikání) otázkám v mezinárodním prostředí. Seminář provede studenta problematikou strategického managementu, ekonomickými specifiky a mezinárodním marketingem a ukáže tak efektivně cestu k dalším možnostem samostudia v této rozsáhlé problematice.

Literatura:

1. AIMIN, Y. – YADONG, L.: *International joint ventures: theory and practice*. M.E. Sharpe New York 2001, ISBN 0-7656-0474-4
2. BLAŽEK, Ladislav a Alena ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ. *Nadnárodní společnosti v České republice: vývojové trendy, organizace a řízení, kultura a odpovědnost*. V Praze: C.H. Beck, 2013. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-478-0.
3. DRULÁK, Petr. *Teorie mezinárodních vztahů*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-721-3.
4. DVOŘÁČEK, Jiří. *Společné a nadnárodní podniky*. Praha: Oeconomica, 2006. ISBN 80-245-1029-4.
5. GOODERHAM N.P. – NORDHAUG O.: *International Management Cross-Boundary Callenges*, Blackwell Publishing, 2003 ISBN 0-631-23341-5
6. GULLOVÁ, Soňa. *Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol*. 3., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4418-6.
7. HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 4., aktualiz. vyd. Praha: C.H. Beck, 2005. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-7179-891-6.
8. KALÍNSKÁ, Emilie. *Mezinárodní obchod v 21. století*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3396-8.
9. KLIKOVÁ, Christiana a Igor KOTLÁN. *Hospodářská politika: aktualizované vydání*. Vyd. 2. Ostrava: Institut vzdělávání Sokrates, 2006. ISBN 80-86572-04-8.
10. MACHKOVÁ, Hana. *Mezinárodní marketing: nové trendy a reflexe změn ve světě*. 3., aktualiz. a přeprac. vyd. Praha: Grada, c2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2986-2.
11. PICHANIČ, Mikuláš. *Mezinárodní management a globalizace*. Praha: C.H. Beck, 2004. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-886-x.

12. SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.
13. SYNEK, Miloslav. *Podniková ekonomika*. 3. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2002. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-7179-736-7.
14. ŠTĚRBOVÁ, Ludmila. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4694-4.
15. VERBEKE A.: *International Business Strategy*, Cambridge University Press 2009, ISBN 978-0-521-68111-7
16. ZADRAŽILOVÁ, Dana. *Mezinárodní management*. Vyd. 2. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1243-3.