



Syllabus modulu

7. Global Business

Lektor: PhDr. Ing. Petr Mašín, Ph.D., DBA

Anotace modulu

Úspěšní obchodní lídři mají vize a plány do budoucna 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 měřítko, 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.

**European School of
Business & Management SE**

Londýnská 376/57, 120 00 Praha 2
IČ: 29299306, DIČ: CZ29299306

☎ + 420 221 620 232 ✉ info@esbm.cz
📠 + 420 603 836 740 🖱 www.esbm.cz

