

Podmínky absolvování předmětu Mezinárodní marketing 2021

1. Zpracování seminární práce ve skupinách a její odevzdání v **IS** vždy před její prezentací (viz samostatný dokument o SP- odevzdávárna). Bodové ohodnocení – **15 bodů (10 bodů za zpracování, 5 bodů za prezentaci)**
2. Absolvování závěrečného testu (**bodové ohodnocení – maximálně 40 bodů**)
3. Dobrovolné úkoly – zpracování nad rámec bodového ohodnocení.

Klasifikační stupnice:

A	55 - 52
B	51 – 48
C	47 – 43
D	42 – 38
E	37 - 33

Doporučená studijní literatura:

STARZYCZNÁ, H. a M. STOKLASA. 2020. *Mezinárodní marketing*. Karviná: SU OPF.
STOKLASA, M. a J. URBÁNEK. 2014. *Mezinárodní marketing*. Karviná: SU OPF.
ISBN 978-80-7510-059-7.
VAŠTÍKOVÁ, M, 2009. *Mezinárodní marketing. Distanční studijní opora*. Karviná: SU
OPF. ISBN 978-80-7248-527-7.
MACHKOVÁ, H, 2009. *Mezinárodní marketing*. Praha: Grada. ISBN 978-80-244-2986-
2.
MACHKOVÁ, H., 2015. *Mezinárodní marketing*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-
80-247-5366-9.
CATEORA, P. R., GILLY, M. C. a J. L. GRAHAM, 2009. *International Marketing*.
Boston. ISBN 978-0-07-128838-5.