

Struktura seminární práce – Mezinárodní marketing subjektu X

A. FORMÁLNÍ NÁLEŽITOSTI:

Písmo: Times New Roman, 12

Řádkování: 1

Počet stran: 13 (8 vlastního textu)

Číslovat kapitoly!

Odevzdání: odevzdat v IS (odevzdávárny – Seminární práce odevzdávané) před prezentací ve tvaru **prijmeni_nazev_subjektu** například: (smutna,zly,vesela_MCDonald)

Seminární práce je zpracovávána ve skupinách 4 studentů. Práce by měla představit, jak dělá marketing v mezinárodním prostředí vybraná firma. Struktura práce je závazná, dodržte ji!

Každá kapitola bude obsahovat vlastní myšlenky psané svými slovy. Hodnotí se kvalita textu, rozsah je stanoven velmi nízký, proto se snažte zachytit to podstatné. Triky s formátováním textu Vám jen uškodí. Pokud se bude jednat o zkopírovaný text – neúspěch celé skupiny. Seminární práce by neměla obsahovat teorii. Seminární práce by měla prokázat, že jste pochopili probíranou teorii a dokážete na jejím základě pracovat s praxí.

B. VLASTNÍ OBSAH PRÁCE:

- **Titulní list**
- **Obsah (čísla stran)**
- **Úvod**
- 1. **Stručná všeobecná charakteristika zvoleného subjektu**
(poslání, mise, vize, cíle, rozsah 1 strana)
- 2. **Mezinárodní marketingové prostředí**
(popsat, které prvky prostředí ovlivňují firmu a jak, rozsah 2 strany)
- 3. **Mezinárodní strategie a formy vstupu**
(popsat strategie pro jednotlivé trhy, segmentaci, targeting, positioning, formy vstupu na různé trhy, rozsah 2 strany)
- 4. **Marketingový mix**
(charakterizovat odlišnosti marketingového mixu pro různé trhy, rozsah 2 strany)
- 5. **Zajímavosti, aktuality**
(týkající se daného subjektu v mezinárodním prostředí, rozsah 1 strana)
- **Závěr**
- **Použitá literatura**
- **Přílohy**