

Mezinárodní marketing

Formy vstupu na mezinárodní trhy



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Michal Stoklasa, Ph.D.



- 1 Vývozní a dovozní operace.
 - 2 Formy nenáročné na kapitálové investice.
 - 3 Kapitálové vstupy na zahraniční trhy.
-

- Jaké faktory ovlivňují volbu formy vstupu na trh?



1 Vývozní a dovozní operace



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



1B Smlouvy o výhradním prodeji

- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



2 Formy nenáročné na kapitálové investice



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?



- Charakteristika.
- Výhody a nevýhody.
- Pro koho jsou určeny?

