

Mezinárodní marketing

Mezinárodní cenová politika



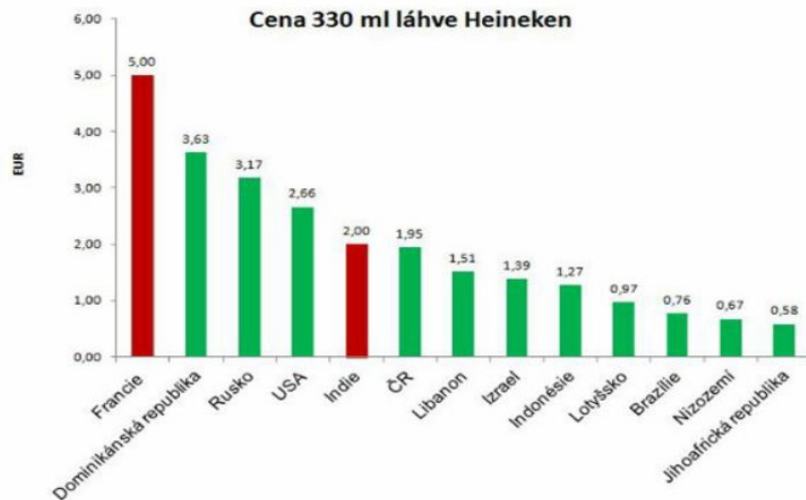
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Daniel Kvíčala

- 1 Cena.
 - 2 Faktory ovlivňující cenovou tvorbu.
 - 3 Mezinárodní cenové strategie.
 - 4 Stanovení ceny
-

- Co to je?
- Mezinárodní cenová politika.



2 Faktory ovlivňující cenovou tvorbu.



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Vnitřní
- Tržní
- Okolí
- Manažerské



- Dumping?
- Inflace?
- Fluktuace směnných kurzů?
- Analýza světových cen?
- Šedé trhy?
- Transferové ceny?
- Norazi agenti?



3 Mezinárodní cenové strategie



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Sbíráání smetany
- Prestižní cena
- Pronikání
- Jednotná cena
- Duální cena



4 Stanovení ceny

1. Výběr cílů
2. Stanovení poptávky
3. Odhad nákladů
4. Analýza konkurence
5. Výběr metod



5 Stanovení ceny - metody

1. Přirážka
2. Rentabilita
3. Hodnota
4. Přidaná hodnota
5. Konkurence
6. Cenové nabídky

