***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.