**Mezinárodní marketing**

|  |
| --- |
| Rámcový harmonogram na LS akademického roku 2021/2022 PlánStruktura předmětu: 2+1 |

|  |
| --- |
| Přednášky |
| 1 / 24.2Úvod do studiaVýznam předmětu pro absolvovaný obor ***Podstata mezinárodního marketingu a jeho specifika***  **Téma:**  ***Starzyczná*** |
| **2/ 3.3**  **Téma: *Mezinárodní marketingové prostředí ekonomické, právní a politické***  ***Starzyczná*** |
| **3/ 10.3**  **Téma: *Mezinárodní marketingové prostředí kulturní a sociální***  ***Starzyczná*** |
| **4/ 17.3**  **Téma: *Mezinárodní výzkum trhu***  ***Stoklasa*** |
| **5/ 24.3**  **Téma: *Segmentace zemí a výběr trhu***  ***Stoklasa*** |
| **6/ 30.3**  **Téma: *Strategické plánování v mezinárodním marketingu***  ***Stoklasa*** |
| **7 / 7.4**  **Téma: *Obchodní metody a formy vstupu na zahraniční trh***  ***Stoklasa*** |
| **8 /14.4**  **Téma:  *Mezinárodní výrobková strategie***  ***Stoklasa*** |
| **9/ 21.4**  **Téma: *Mezinárodní cenová politika***  ***Stoklasa*** |
| **10/ 28.4**  **Téma: *Mezinárodní distribuční politika***  ***Stoklasa*** |
| **11/ 5.5**  **Téma: *Mezinárodní komunikační proces*** |
| **12 / 12.5**  **Téma: *Mezinárodní marketing služeb***  ***Stoklasa*** |
| **13/ 19.5**  ***Časová rezerva, případně jen semináře*** |