

MEZINÁRODNÍ OBCHODNÍ OPERACE



**SILESIAN
UNIVERSITY**
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Seminář č. 6

7. 11. 2024

CÍLE SEMINÁŘE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Studenti se naučí, jak při naceňování produktu na mezinárodním trhu zohlednit kupní sílu a další ekonomické faktory. Zároveň si uvědomí, že úspěšná cenová strategie musí reagovat na místní ekonomické podmínky a konkurenci.



CVIČENÍ: STRATEGIE NACEŇOVÁNÍ PRODUKTU NA MEZINÁRODNÍCH TRZÍCH - VLIV KUPNÍ SÍLY A LOKÁLNÍCH PODMÍNEK



SILESIAN
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

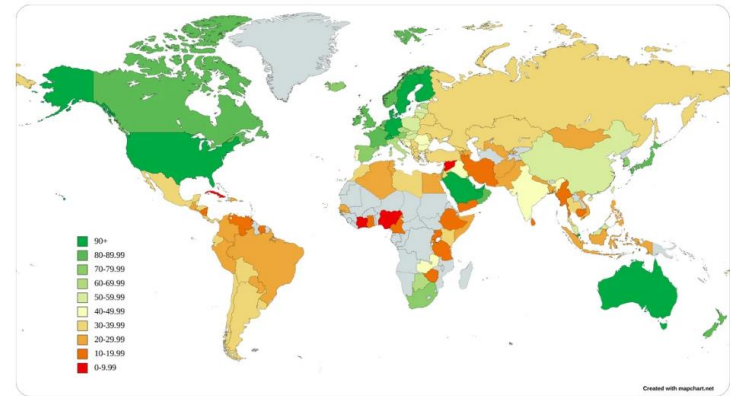
PRACUJTE V TÝMU → **TÝMY PO 2 ČLENECH**

Za zpracování a prezentaci získá tým **1 bod**.

Postup zpracování úlohy:

1. Vyberte si **konkrétní produkt**, který firma plánuje prodávat na mezinárodním trhu (např. spotřební elektronika, oblečení, potravinářský výrobek). Vyberte **dvě různé země** s odlišnou úrovní kupní síly (jednu s vysokou kupní silou, např. nad 80, a druhou s nižší kupní silou, např. pod 50).
2. **Analyzujte kupní sílu**
3. **Navrhněte cenovou strategii**

Obrázek č. 1: Index kupní síly z pohledu jednotlivých zemí (2022)



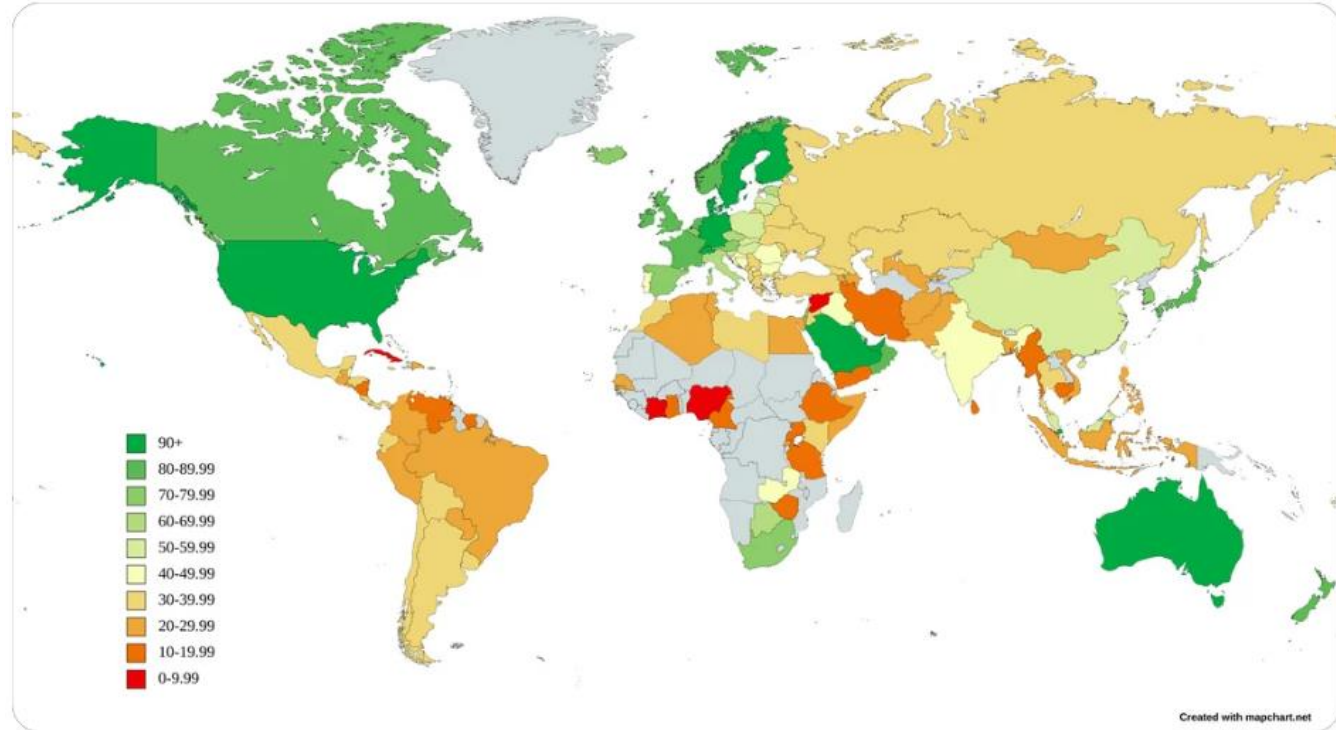
Čas: 25 minut na zpracování + **15 minut** prezentace a obhajoba výsledné strategie.

OBHAJOBA STRATEGIE



SILESIAN
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

- Představte svůj návrh strategie pro oba trhy.
- Jak rozdílná kupní síla a cenová hladina v každé zemi ovlivňují Vaši volbu ceny a jak by se změna kupní síly na obou trzích mohla promítnout do změny produktu?





Děkuji za pozornost



Máte dotazy?

