

Obsah

Úvod.....	11
Aukce	12
Bankovní záruka.....	13
Burzy	15
Celní řízení v zahraničním obchodě	17
Průběh celního řízení a celní doklady	17
Celně schválené určení	19
Celní dluh	20
Cena v zahraničním obchodě.....	22
CzechTrade – Česká agentura na podporu obchodu	24
Asistenční služby CzechTrade	24
Podpora malých a středních podniků	25
Daně v zahraničním obchodě	27
Dodací lhůta	
Dodací podmínky.....	31
Incoterms	31
EXW, Ze závodu (ujednané místo)	32
FCA, Vyplaceně dopravci (ujednané místo).....	32
FAS, Vyplaceně k boku lodi (ujednaný přístav nalodění).....	33
FOB, Vyplaceně loď (ujednaný přístav nalodění).....	33
CFR, Výlohy a dopravné placeny (ujednaný přístav určení).....	3
CIF, Výlohy, pojistné, dopravné placeny (ujednaný přístav určení)	33
CPT, Dopravné placeno do (ujednané místo určení)	33
CTP, Dopravné a pojistné placeno do (ujednané místo určení)	4
DAF, S dodáním na hranici (ujednané místo)	34
DEQ, S dodáním z nábřeží (clo placeno) (ujednaný přístav určení)	34
DES, S dodáním z lodi (ujednaný přístav určení)	4
DDU, S dodáním clo neplaceno (ujednané místo určení)	34
DDP, S dodáním clo placeno (ujednané místo určení)	34
American Foreign Trade Definition	35
Dokumentární akreditiv.....	36
Druhy dokumentárních akreditivů	37

Dokumentární inkaso	39
Dokumenty v zahraničním obchodě.....	41
Obchodní faktura, konzulární faktura, celní faktura.....	41
Převážní dokumenty.....	42
Pojistné dokumenty	42
Balící list, vážní list.....	42
Osvědčení o původu zboží	43
Další dokumenty	43
Euro	44
Factoring	45
Forfaiting	48
Chování spotřebitele	51
Internet a mezinárodní marketing	53
Elektronické obchodování.....	57
Kapitálově náročné vstupy podniku na zahraniční trhy	59
Fúze, akvizice, investice na zelené louce	59
Společný podnik	60
Faktory rozhodování o kapitálovém vstupu na zahraniční trh	61
Koncepce mezinárodního marketingu	62
Vývozní marketing	62
Globální marketing.....	62
Interkulturální marketing.....	63
Konkurenční strategie v mezinárodním podnikání	65
Strategie širokého pronikání na trh	65
Strategie diferenciací.....	65
Strategie úzké specializace.....	65
Strategie vedoucí firmy na trhu	66
Strategie druhé největší firmy na trhu	66
Strategie firem, které napodobují velké firmy	66
Strategie firem, které se zaměřují na mikrosegmenty	67
Kontejnerizace a paletizace.....	68
Druhy kontejnerů.....	69
Kontrolní služby v mezinárodním obchodě	72
Kulturní faktory v mezinárodním marketingu.....	74
Kupní chování organizací	78
Kupní chování státu a státních institucí	79
Nákupní rozhodovací proces organizací	79
Kupní smlouva v mezinárodním obchodě	82
Všeobecné prodejní podmínky	84

Leasing	86
Letecká přeprava.....	87
Mezinárodní instituce v letecké dopravě.....	89
Marketingový mix	91
Media brief	93
Mezinárodní cenová politika	95
Proces tvorby ceny	96
Metody tvorby cen	96
Cenové strategie.....	97
Cenové strategie v průběhu životního cyklu výrobku	99
Aspekty mezinárodní tvorby cen	100
Mezinárodní distribuční politika.....	104
Distribuční cesty a distribuční mezičlánky.....	105
Distribuce spotřebních předmětů a výrobních prostředků	106
Distribuční strategie	107
Organizace distribučních cest.....	108
Vývojové trendy v mezinárodní distribuci	110
Mezinárodní komunikační politika	113
Komunikační proces	114
Formy komunikace.....	115
Komunikační mix	116
Řízení mezinárodní marketingové komunikace	119
Mezinárodní marketing.....	121
Mezinárodní marketingové plánování	123
Náležitosti mezinárodního marketingového plánu	123
Mezinárodní marketingový výzkum	125
Druhy mezinárodního marketingového výzkumu	125
Panely prodejen	126
Spotřebitelské panely, panely domácností	126
Omnibusové výzkumy.....	127
Kvantitativní metody výzkumu.....	127
Kvalitativní metody výzkumu.....	128
Mezinárodní silniční přeprava	130
Mezinárodní smlouvy v silniční dopravě.....	130
Bilaterální dohody o mezinárodní silniční dopravě, zahraniční vstupní povolení.....	131
Převážní vztahy a převážní smlouva (International Transport Contract).....	132
Mezinárodní silniční přeprava nebezpečných věcí.....	134
Mezinárodní silniční přeprava zboží pod kontrolou teplotou	134
Mezinárodní instituce v mezinárodní silniční dopravě	135

Mezinárodní výroková politika	137
Výrobek	137
Klasifikace výrobků	138
Výrobový mix.....	138
Značková politika	139
Balení a značení výrobku	141
Tvorba a zavádění nových výrobků.....	142
Model kupního chování spotřebitele a nákupní rozhodovací proces	144
Model kupního chování	144
Nákupní rozhodovací proces	145
Námořní přeprava.....	147
Liniová přeprava	148
Trampové přeprava	148
Dokumenty používané v námořní přepravě.....	149
Mezinárodní úmluvy v námořní přepravě.....	151
Nehmotné statky	153
Licence	153
Licenční smlouva.....	154
Patent, užitný vzor, průmyslový vzor	155
Ochranná známka	156
Know-how.....	157
Obchodní politika.....	159
PEST analýza	162
Politické a právní prostředí	162
Ekonomické prostředí	162
Sociální a kulturní prostředí.....	163
Technologické prostředí	165
Platební podmínky	166
Pojištění	168
Pojištění zahraničních přeprav zásilek	168
Anglický systém přepravního pojištění	170
Pojištění teritoriálních rizik	171
Pojištění úvěrových rizik	171
Pojištění potvrzeného akreditivu	172
Pojištění dokumentárního inkasa.....	172
Pojištění investic českých právnických osob v zahraniční	172
Pojištění odpovědnosti za škodu.....	172
Pojištění výstav a veletrhů	173
Portfolio analýza.....	174

Model BCG	174
Model GE	175
Positioning v mezinárodním prostředí.....	177
Mapa vnímání.....	178
Průmyslový marketing v mezinárodním prostředí.....	180
Předmět kupní smlouvy	182
Psychologické faktory v mezinárodním marketingu	185
Rizika mezinárodního obchodu	187
Rizika tržní.....	189
Rizika komerční	190
Rizika přepravní.....	192
Rizika teritoriální.....	192
Riziko kurzové	193
Růstové strategie v mezinárodním prostředí	196
Strategie intenzivního růstu.....	196
Externí (integrační) růstové strategie	196
Diverzifikační růstové strategie	197
Segmentace mezinárodních trhů	198
Segmentační kritéria	198
Segmentační strategie	199
Výběr cílového trhu	199
Skladovací služby	201
Druhy skladů.....	201
Smluvní úprava skladovacích operací.....	203
Služby v mezinárodním marketingu	207
Směnka cizí, směnka vlastní	209
Sociální faktory v mezinárodním marketingu.....	212
Společná havárie.....	214
Světová obchodní organizace	216
Šek 219	
Úvěry v zahraničním obchodě	221
Dodavatelský úvěr	221
Finanční úvěr a bankovní úvěr	222
Vstup podniku na zahraniční trhy formami nenáročnými na kapitálové investice	225
Licenční obchody.....	225
Franchising	228
Smlouva o řízení	230
Zušlechťovací operace	230
Výrobní kooperace	230

Vývozní a dovozní operace.....	232
Prostřednické vztahy	232
Smlouvy o výhradním prodeji–výhradní distribuce.....	232
Obchodní zástupce	233
Komisionář.....	234
Mandatář	235
Piggyback	235
Přímý vývoz	235
Zvláštní obchodní operace	237
Kompenzace.....	238
Protinákup	239
Buy-back a Production Sharin.....	240
Switch	241
Offset	242
Offsetová politika ČR.....	243
Železniční přeprava	245
Mezinárodní organizace a úmluvy v železniční dopravě	245
Úmluva COTIF	246
Organizace OTIF	246
Organizace pro spolupráci železnic – OSŽD	247
Druhy mezinárodní železniční přepravy a používané dokumenty	247
Mezinárodní přeprava vozových zásilek.....	247
Přednostní (segregované) přepravy	249
Mezinárodní přeprava kusových zásilek.....	249
Mezinárodní přeprava spěšnin.....	250
Přepravy vyžadující zvláštní režim.....	250
Životní cyklus výrobku	252
Literatura	255
Rejstřík	258