

PRŮVODCE STUDIEM PRO PREZENČNÍ FORMU STUDIA

MODULU

MEZINÁRODNÍ PODNIKÁNÍ 2 -

MEZINÁRODNÍ MARKETING

Šárka Vilamová



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Název: Průvodce studiem pro prezenční formu studia modulu Mezinárodní podnikání 2 -
Mezinárodní marketing
Autoři: Doc. Ing. Šárka Vilamová, Ph.D.
Vydání: první, 2011
Počet stran: 10
Tisk: Vysoká škola podnikání, a. s.

Vydala: Vysoká škola podnikání, a. s. v Ostravě
Michálkovická 1810/181
710 00 Ostrava – Slezská Ostrava

©

© Vysoká škola podnikání, a.s. v Ostravě

Úvodní slovo garanta modulu

Vážené studentky, vážení studenti, právě máte možnost číst Průvodce studiem k druhé dílčí části modulu Mezinárodní podnikání, tedy dokument, který pro Vás představuje velmi důležitý studijní materiál. Jak už vyplývá z názvu, tento materiál Vás „provede“ obsahem modulu Mezinárodní podnikání. Naleznete zde všechny nezbytné informace týkající se obsahu modulu, tzn., jsou uvedena a popsána všechna témata, o kterých budeme v rámci výuky hovořit a která budeme procvičovat. Je zde také definována organizace výuky, požadavky na ukončení modulu a to včetně metod a struktury hodnocení. Pečlivě si tento studijní materiál prostudujte. Pokud budete postrádat nějakou informaci, či Vám nebude něco jasné, zeptejte se příslušného vyučujícího. Přeji Vám mnoho úspěchů při náročném procesu studia a získání spousty praktických dovedností a důležitých znalostí.

1. Název modulu

Mezinárodní podnikání

2. Číselné označení: *BVS.3.1.2*

3. Zařazení modulu do studia	bakalářské studium	
	3. ročník	
	6. semestr	
Typ modulu	modul specializačního zaměření	
	Povinně volitelný	
	oborový	
Rozsah výuky (v hodinách)	prezenční forma	3 přednášky + 2 cvičení
Forma ukončení	1 zápočet, zkouška za celý modul	

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

4. Studijní zátěž	4,0 kreditů
4. Celková studijní zátěž modulu	7,5 kreditů
Studijní zátěž dílčí části modulu - 1. semestr	3,5 kreditů
Studijní zátěž dílčí části modulu - 2. semestr	4,0 kreditů

Charakteristika studijní zátěže	
Prezenční studium	Ohodnocení kredity
Mezinárodní marketing (dílčí část 2)	
Aktivní účast na cvičení	1
Vypracování semestrální práce	1
Test	2
Celkem	4,0

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ
5. ména vyučujících

Příjmení	Jméno, tituly	Zařazení	Kontakt	Forma výuky
Vilamová	Šárka, doc. Ing. Ph.D.	garant		PS, KS
Švajdová	Lenka, Ing. Ph.D.	vyučující		PS, KS
Stoch	Milan, Ing. Ph.D.	vyučující		PS, KS
Zapletalová	Šárka, Ing. Ph.D.	vyučující		PS, KS
Baránková	Lucie, Ing.	vyučující		PS, KS

6. Organizace výuky

Prezenční forma výuky modulu Mezinárodní podnikání je rozdělena do 14 týdnů. Modul je rozdělen do dvou dílčích částí – oběma dílčím částem je věnována jedna přednáška a jedno cvičení (přednáška v rozsahu tří vyučovacích hodin, cvičení v rozsahu dvou vyučovacích hodin) týdně.

Účast na přednáškách je nepovinná. Vzhledem k tomu, že se daná problematika bude následně procvičovat (a hodnotit se bude mimo jiné aktivní účast), je vhodné, aby se studenti přednášek účastnili.

Účast na cvičeních je povinná v rozsahu 80% hodinové dotace jednotlivých dílčích částí modulu. Vzhledem k zaměření modulu je nezbytný aktivní přístup studentů v rámci jednotlivých cvičení. Neúčast na cvičeních z důvodu nemoci lze do požadované výše (80%) nahradit po dohodě s vyučujícím jinou formou. Náhrada výuky v rámci výuky probíhající u jiné studijní skupiny je možná jen po dohodě s příslušným vyučujícím.

7. Definování obsahu prezenční výuky

Modul Mezinárodní podnikání je rozdělen do dvou dílčích částí.

Učivo druhé dílčí části je rozděleno do 5 samostatných témat (kapitol).

Tato dílčí část je zaměřena na problematiku mezinárodního podnikání na světových

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

tržích s akcentem na mezinárodní marketing.

- ❖ První téma je zaměřeno na specifika mezinárodního podnikání v segmentu malých a středních firem vč. definování nejvhodnější formy vstupu malých a středních firem na zahraniční trhy
- ❖ Druhé téma se věnuje problematice řízení rozvoje mezinárodních aktivit firem v kontextu globální světové ekonomiky.
- ❖ Třetí téma se orientuje na pojetí cíleného marketingu v prostředí mezinárodních trhů, targeting a positioning, segmentaci mezinárodních trhů
- ❖ Čtvrté téma je zaměřeno na oblast struktury, obsahu a využití marketingového informačního systému při působení firmy na zahraničních trzích
- ❖ Poslední – páté – téma je zaměřeno na proces marketingového výzkumu na zahraničních trzích, jeho specifika, vč. definování plánu výzkumu zahraničního trhu (metody, nástroje, metody výběru respondentů) a realizační etapy výzkumu zahraničního trhu

Číslo a název modulu				
č.	Téma	Přednáška	Aktivity na cvičeních	Hodnocení
1.	Specifika mezinárodního podnikání v segmentu malých a středních firem	ano	Procvičení přednesené problematiky pomocí vybraných příkladů. Řešení případové studie. Zadání seminární práce na téma „Příprava na zahájení podnikání na trhu vybrané členské země EU příp. jakémkoli zahraničním trhu.“	Zapojení studentů na cvičení. Kontrola plnění úkolů.
2.	Řízení rozvoje mezinárodních aktivit firem v kontextu globální ekonomiky	ano	Procvičení přednesené problematiky pomocí vybraných příkladů. Řešení případové studie. Specifika podnikání v EU - procvičení na konkrétních případech úspěšných firem.	Zapojení studentů na cvičení. Kontrola plnění úkolů.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

3.	Targeting a positioning v prostředí mezinárodních trhů	ano	<p>Procvičení přednesené problematiky pomocí vybraných příkladů. Řešení případové studie. Kontrola prací při sběru dat pro řešení seminární práce na téma „Příprava na zahájení podnikání na trhu vybrané členské země EU příp. jakémkoli zahraničním trhu.“ Analýza konkrétního tržního prostředí vybrané členské země EU</p>	<p>Zapojení studentů na cvičení. Kontrola plnění úkolů.</p>
4.	Marketingový informační systém v mezinárodním podnikání	ano	<p>Procvičení přednesené problematiky pomocí vybraných příkladů. Řešení případové studie. Simulace fungování podnikatelského plánu rozvíjející podnikání na oblast mezinárodních trhů. Příklady úspěšných českých firem, které na mezinárodní trh vstoupily s cílem vytvoření základních impulsů pro nastartování vlastní podnikatelské činnosti.</p>	<p>Zapojení studentů na cvičení. Kontrola plnění úkolů.</p>

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

5.	Marketingový výzkum na zahraničních trzích.	ano	<p>Procvičení přednesené problematiky pomocí vybraných příkladů. Řešení případové studie - zhodnocení dotazníku Případová studie - návrh plánu výzkumu, včetně zpracování a pilotáže dotazníku, realizace výzkumu, prezentace výsledků výzkumu Prezentace seminární práce na téma: "Jak vybraná firma XY úspěšně působí na trhu EU a jak ji toto prostředí ovlivňuje" Skupinová diskuse k seminární práci. Ověření znalostí studentů formou písemného testu.</p>	<p>Kontrolní písemný test znalostí (téma 6 - 10) Zapojení studentů na cvičení. Kontrola plnění úkolů.</p>
----	---	-----	--	---

8. Vyučovací metody

- ❖ Přednášky - v rámci prezentační formy se studenti účastní přednášek, na kterých získávají základní teoretické informace o jednotlivých tématech.
- ❖ Cvičení - v rámci prezentační formy se studenti účastní také cvičení, na kterých je procvičována studijní problematika z jednotlivých přednášek. Studenti se účastní aktivně, plní zadané úkoly a je za to hodnocen.
- ❖ Řízená odborná diskuse

9. Požadavky na ukončení modulu

- ❖ Účast na cvičeních je povinná v rozsahu min. 80% v rámci každé dílčí části (tzn. 80% v dílčí části I. a zároveň 80% v dílčí části II.).
- ❖ Úspěšné zvládnutí dvou písemných testů znalostí (každý min 60% správných odpovědí).
- ❖ Odevzdání a prezentace seminární práce na zadané téma.
- ❖ Splnění zadaných úkolů a dalších aktivit na cvičeních.
- ❖ Modul Mezinárodní podnikání je ukončen zkouškou.

10. Metody a struktura hodnocení

Student bude v rámci modulu hodnocen v následujících aktivitách:

- ❖ Příprava a aktivní účast na cvičeních – studenti musí v průběhu semestru přistupovat ke studiu aktivně a plnit úkoly zadané na cvičeních.
- ❖ Dva kontrolní písemné testy znalostí vztahující se k dílčí části I. (kontrolní test z témat 1 – 5, kontrolní test z témat 6 – 10), v každém z těchto testů je nutno dosáhnout min 60% správných odpovědí.
- ❖ Zpracování a prezentace seminární práce na zadané téma, práce bude odevzdána v písemné podobě a zároveň bude prezentována ústně (prezentace v PowerPointu). Bude hodnocena rovněž úroveň jejího formálního zpracování.
- ❖ Zkouška proběhne ústní formou, student prokáže znalost obou dílčích částí modulu (tzn., bude odpovídat na jednu otázku vztahující se k dílčí části I a na jednu otázku vztahující se k dílčí části II).

Struktury sumativního hodnocení a jeho složek v rámci modulu

Hodnocená aktivita	Získané body	Procentní vyjádření
Aktivní účast na cvičeních (účast a plnění zadaných úkolů a dalších aktivit)	20	20
Písemný test znalostí (dílčí část I modulu téma 1 – 5)	10	10
Písemný test znalostí (dílčí část I modulu téma 6 – 10)	10	10
Seminární práce	20	20
Zkouška	40	40
Celkem	100	100

Výsledná hodnotící stupnice

A = 90 - 100%	(90 - 100 bodů)
B = 80 - 89%	(80 - 89 bodů)
C = 70 - 79%	(70 - 79 bodů)
D = 60 - 69%	(60 - 69 bodů)
E = 50 - 59%	(50 - 59 bodů)
F = 49 - 0 %	(49 bodů a méně)

Shrnutí a závěr

Vážené studentky, vážení studenti,
cílem tohoto průvodce studiem je usnadnit Vám orientaci v obsahu a struktuře druhé dílčí části modulu Mezinárodní podnikání. Pokud jste si tento studijní materiál pečlivě prostudovali, měly by Vám být jasné základní informace, které jsou nezbytné pro úspěšné absolvování tohoto modulu. Seznámili jste se s jednotlivými tématy, které tento modul tvoří a které budou součástí výuky. Zároveň máte přehled o tom, jak a za co budete hodnoceni a jak je modul ukončen.

Na závěr nezbývá než popřát Vám úspěšné absolvování tohoto modulu.