

OBSAH

ÚVOD.....	5
1 VZNIK A VÝVOJ MEDZINÁRODNÉHO PODNIKANIA – TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ.....	7
1.1 Fázy internacionalizácie hospodárskeho života: internacionalizácia, integrácia a interdependencia	7
1.2 Vznik a vývoj medzinárodných ekonomických vzťahov a ich súčasné formy.	13
2 PODSTATA A FORMY REALIZÁCIE MEDZINÁRODNÉHO PODNIKANIA.....	21
2.1 Teoretické vymedzenie medzinárodného podnikania a vznik medzinárodného podniku	21
2.2 Formy medzinárodného podnikania	30
2.3 Faktory a efekty medzinárodného podnikania	40
3 GLOBALIZÁCIA A JEJ VPLYV NA MEDZINÁRODNÉ PODNIKANIE.....	44
3.1 Globalizácia ako dôsledok internacionalizácie a vplyv na medzinárodné podnikanie	44
3.2 Nadnárodné spoločnosti – vznik, vývoj, mechanizmus fungovania a vplyv na ekonomiku	49
4 MEDZINÁRODNÝ MANAŽMENT AKO DÔSLEDOK MEDZINÁRODNÉHO PODNIKANIA.....	55
4.1 Teoretické vymedzenie medzinárodného manažmentu a jeho podstata	55
4.2 Typológia manažmentu	56
4.3 Manažment v globálnom prostredí	57
4.4 Súčasný trendy v medzinárodnom manažmente	58
5 RIZIKÁ V MEDZINÁRODNOM PODNIKANÍ A FORMY FINANCOVANIA.....	63
5.1 Vznik rizík v medzinárodnom podnikaní a možnosti ich eliminácie	63
5.2 Vybrané druhy rizík	65
5.3 Eliminácia rizík	70
6 MEDZINÁRODNÁ STRATEGICKÁ ORIENTÁCIA A STRATEGICKÉ ROZHODOVANIE V MEDZINÁRODNOM PODNIKANÍ.....	76
6.1 Metódy strategického rozhodovania a medzinárodné podnikanie	76
6.2 Základná strategická orientácia medzinárodného podniku	78
6.3 Základné typy stratégií multinacionálnych korporácií	81
6.4 Stratégie medzinárodnej expanzie	82
6.5 Vplyv krízy na globálne podnikanie a strategické riadenie	84

7	MANAŽMENT V MEDZINÁRODNOM PODNIKU	85
7.1	Podstata organizačnej štruktúry v medzinárodných podnikoch	85
7.2	Organizačná informačná politika	88
7.3	Organizačná personálna politika	89
7.4	Náročné úlohy globálneho manažéra	93
8	MEDZINÁRODNÝ MARKETING	97
8.1	Stratégie vstupu a formy podnikania na svetovom trhu	100
8.2	Medzinárodný marketingový mix	103
8.3	Plánovanie v medzinárodnom marketingu	107
8.4	Medzinárodný marketing – aspekty a trendy	108
8.5	Nové marketingové metódy a marketingové novinky	109
9	MEDZINÁRODNÁ PODNIKATEĽSKÁ ETIKA A KULTÚRA V MEDZINÁRODNOM PODNIKANÍ	111
9.1	Medzinárodná podnikateľská etika, jej podstata a význam	111
9.2	Aspekty kultúry v medzinárodnom manažmente	114
9.3	Firemná kultúra	120
9.4	Interkultúrny manažment	124
9.5	Interkultúrna komunikácia	125
	ZÁVER	127
	RESUMÉ	129
	LITERATÚRA	133
	O AUTOROCH	140