

Obsah

O autorovi	7
Úvod	9
1 Prostředí mezinárodního managementu	11
Případová studie: Dow Chemical v Bhópálu	16
2 Mezinárodní obchod	19
2.1 Teorie mezinárodního obchodu	21
2.1.1 Teorie absolutní výhody	21
2.1.2 Teorie komparativní výhody	23
2.1.3 Teorie reciproční poptávky	24
2.1.4 Heckscher-Ohlinova teorie	25
2.1.5 Teorie New Trade	26
2.2 Bariéry mezinárodního obchodu	26
Případová studie: Novozélandské máslo v Evropské unii	30
3 Strategie nadnárodních firem	33
3.1 Nadnárodní firma	34
3.2 Vstup nadnárodních firem na zahraniční trhy	36
3.2.1 Stopfordův model internacionalizace	39
3.2.2 Uppsala model internacionalizace	39
3.2.3 Přístup Danielse a Radebaugha	40
3.3 Vztah centrála–pobočka	41
3.4 Strategie mezinárodní expanze	44
Případová studie: Rio Tinto	49
4 Globální produkty, lokální trhy	57
4.1 Efekt země původu	60
4.2 Mezinárodní životní cyklus výrobku	63
Případová studie: Liebherr	66
5 Mezinárodní management lidských zdrojů	77
5.1 Perlmutterova typologie	78
5.2 Expatrianti	80
5.2.1 Kompenzace expatriantům	84
5.2.2 Selhání expatriantů	85
5.2.3 Výběr expatriantů	86

5.2.4	Trénink expatriantů	87
5.2.5	Repatriace	88
	Případová studie: Virtuální expatriant bez domova	90
6	Kultura a kulturní rozdíly	93
6.1	Měření kulturních rozdílů	95
6.2	Kulturní šok	99
	Případová studie: Česká kultura v cizích očích	102
7	Přímé zahraniční investice	105
7.1	Investiční pobídky	109
7.2	Investiční pobídky v České republice	115
7.3	Rozhodování nadnárodních firem o přímých zahraničních investicích	120
7.4	Atraktivní lokality pro umístování přímých zahraničních investic	122
	Případová studie: Flextronics	127
8	Inovace, výzkum a vývoj	135
8.1	Klastry	139
8.2	Strategie modrého oceánu	140
	Případová studie: GlaxoSmithKline	141
	Literatura	153
	Shrnutí	161
	Rejstřík	163