

Obsah

ÚVOD	2
OBSAH	3
CÍLE PŘEDMĚTU	4
1 ODDÍL OBCHOD A JEHO POSTAVENÍ V NH A V EU	5
KAPITOLA 1 VYMEZENÍ A VÝZNAM OBCHODU	5
1.1 SMĚNA A TRANSAKCE	5
1.2 VÝZNAM OBCHODU	7
1.3 FUNKCE OBCHODU	9
1.4 VYMEZENÍ POJMŮ	10
1.5 KLASIFIKACE OBCHODNÍ ČINNOSTI	13
KAPITOLA 2 HISTORIE OBCHODU	17
2.1 Vývoj obchodu v Evropě	18
2.2 HISTORIE OBCHODU V NAŠICH ZEMÍCH	19
2.3 VÝVOJ OBCHODU NA NAŠEM ÚZEMÍ PO DRUHÉ SVĚTOVÉ VÁLCE	20
2.4 EVROPSKÝ VÝVOJ PO DRUHÉ SVĚTOVÉ VÁLCE	21
2.5 TRANSFORMACE OBCHODU PO ROCE 1990	21
KAPITOLA 3 POSTAVENÍ OBCHODU V NH A V EU	24
3.1 EXPANZE OBCHODU V RÁMCI TERCIÁRNÍHO SEKTORU	25
3.2 HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA	26
3.3 OBCHODNÍ POLITIKA	26
3.4 VZTAH HOSPODÁŘSKÉ POLITIKY A VOP	27
3.5 NOSITELÉ VOP	29
3.6 NÁSTROJE VNITŘNÍ OBCHODNÍ POLITIKY	33
3.7 AKTUÁLNÍ TÉMATA SPOLEČNÉ OBCHODNÍ POLITIKY EU	34
KAPITOLA 4 VÝVOJOVÉ TRENDY V OBCHODĚ V ČR	37
4.1 VÝSLEDKY PRIVATIZACE	37
4.2 SOUČASNÉ STRUKTURY OBCHODU V ČESKÉ REPUBLICCE	38
4.3 MALOOBCHODNÍ SÍŤ V ČESKÉ REPUBLICCE	41
4.4 PODMÍNKY OBCHODNÍHO PODNIKÁNÍ	47
2 ODDÍL OBCHODNÍ PODNIK A JEHO ČINNOSTI	62
KAPITOLA 5 ŘÍZENÍ OBCHODNÍHO PODNIKU	62
5.1 STRATEGIE A PLÁNY	62
5.2 ÚROVNĚ FORMULACE STRATEGIÍ OBCHODNÍCH PODNIKŮ	66
5.3 ETAPY FORMULACE STRATEGIE OBCHODNÍ FIRMY	68
5.4 MODELÝ ŘÍZENÍ FIRMY A BARIÉRY JEJÍCH PŘENOSNOSTI DO RŮZNÝCH TERITORIÍ SVĚTA	75
KAPITOLA 6 PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ V OBCHODNÍM PODNIKU	78
6.1 FUNKCE A HODNOTY PERSONÁLNÍHO MANAGEMENTU	78
6.2 VZDĚLÁVÁNÍ A TRÉNINK	80
6.3 HODNOCENÍ VÝKONNOSTI	83
NÁROKY NA PERSONÁLNÍHO MANAŽERA	84
6.4 POŽADAVKY NA MANAŽERA Z POHLEDU FUNKCE NÁKUPU A PRODEJE	85
ODDÍL 3 MARKETING OBCHODNÍHO PODNIKÁNÍ	90
KAPITOLA 7 MARKETINGOVÁ KONCEPCE A OBCHODNÍ PODNIKÁNÍ	90
7.1 POHLED NA MARKETING V SOUČASNOSTI	90
7.2 PERSPEKTIVY MARKETINGU	91
KAPITOLA 8 OBCHODOVÁNÍ NA PRŮMYSLOVÝCH TRZÍCH	99
8.1 CHARAKTERISTIKA PRŮMYSLOVÉHO TRHU	99
8.2 OBCHODOVÁNÍ NA SPOTŘEBITELSKÝCH TRZÍCH	104