

Obsah

Úvod	9
1 Změny v ekonomickém prostředí a získávání mezinárodních konkurenčních výhod.....	11
1.1 Změny v ekonomickém prostředí – nová ekonomika, digitální ekonomika a sdílená ekonomika	12
1.2 Získávání mezinárodních konkurenčních výhod – Diamant M. E. Portera	19
1.3 Úloha vlády při kultivaci domácí základny	24
2 Multinacionální a transnacionální korporace a jejich význam ve světové ekonomice.....	27
2.1 Vymezení pojmu nadnárodní korporace, multinacionální/transnacionální korporace	28
2.2 Formy vstupu na zahraniční trh	30
2.3 Efekty přímých zahraničních investic	33
3 Teorie strategického managementu – vymezení jednotlivých proudů.....	37
3.1 Teorie strategického managementu a potřeby podnikové praxe	38
3.2 Klasická (racionální) škola	39
3.3 Evoluční proud	40
3.4 Behaviorální (procesní) přístup.....	42
3.5 Systémový (relativistický) proud	43
4 Teorie strategického managementu – typy strategií.....	46
4.1 Růstové strategie	47
4.1.1 Diverzifikační (expanzní) strategie	47
4.1.2 Diferenciační strategie založené na blízkosti zákazníkovi a inovacích.....	50
4.1.3 Disruptivní inovační strategie	55
4.2 Mezinárodní podnikatelské strategie	59
4.2.1 Porterův model internacionalizace generických strategií	59
4.2.2 Perlmutterův model EPRG	61
4.2.3 Matice mezinárodních strategií podle Prahalada a Doze	65

5	Metody strategické analýzy	68
5.1	Analýza makroprostředí společnosti	69
5.1.1	PESTLE analýza	70
5.1.2	Expertní a prognostické metody pro skupinové hledání řešení.....	72
5.2	Analýza mezoprostředí společnosti	75
5.2.1	Porterův model pěti sil	75
5.2.2	Model Delta	79
5.2.3	Analýza konkurenčních skupin	82
5.3	Analýza mikroprostředí společnosti	86
5.3.1	Diagram příčin a následků	86
5.3.2	Šestislovný graf (Metoda 5W+1H).....	87
5.3.3	Benchmarking.....	88
5.3.4	Analýza klíčových kompetencí.....	90
5.4	Analýza SWOT	93
5.4.1	Sestavení matice SWOT.....	93
5.4.2	Matice IFE a matice EFE.....	96
5.4.1	Matice IE	98
5.4.2	Analýza SPACE	98
5.4.3	Ansoffova matice.....	101
6	Organizace mezinárodních podniků	102
6.1	Tři fáze internacionalizace podnikání a jejich projevy v organizaci a strategii	103
6.1.1	První fáze internacionalizace – založení zahraniční dceřiné společnosti	103
6.1.2	Druhá fáze internacionalizace – vytvoření mezinárodní divize.....	104
6.1.3	Třetí fáze internacionalizace – vytvoření globálně integrované organizace ...	105
6.2	Vztah organizace a mezinárodní strategie	109
7	Mezinárodní podnikové sítě a strategické aliance.....	114
7.1	Satelitní organizace	115
7.2	Podnikové sítě a strategické aliance	121
8	Řízení kulturní diverzity	124

8.1	Význam kulturní diverzity v různých stádiích internacionalizace podnikání....	125
8.2	Výběr pracovníků pro zahraniční vyslání	126
8.2.1	Obecná kritéria.....	127
8.2.2	Specifická kritéria	129
8.3	Interkulturní trénink.....	131
8.3.1	Strategie řešení problému spojení více kultur v jedné organizaci – strategie řešení organizační multikulturality	131
8.3.2	Typy tréninkových programů	133
8.4	Řízení adaptačního procesu	135
8.5	Efektivnost multikulturních týmů	137
9	Společenská odpovědnost nadnárodních korporací a udržitelné podnikání	139
9.1	Příčiny růstu zájmu společnosti o odpovědné podnikání	140
9.2	Definice společensky odpovědného podnikání	142
9.3	Motivace podnikatelských subjektů k odpovědnému podnikání	144
10	Transformace podniků vedoucí k udržitelnosti a udržitelnému podnikání	150
10.1	Normy a nevládní iniciativy v oblasti společenské odpovědnosti.....	151
10.2	ISO jako standard pro etické a odpovědné podnikání	154
10.3	Agenda 2030 – akční plán pro lidi, planetu a prosperitu	155
10.4	ESG nefinanční reporting	157
10.5	Transformace podniků vedoucí k udržitelnosti a udržitelnému podnikání	162
	Závěr	165
	Seznam boxů.....	167
	Seznam obrázků	168
	Seznam tabulek.....	169
	Literatura.....	170
	Rejstřík	179