Tematické okruhy pro Státní závěrečné zkoušky

Obor: Ekonomika podniku

Název SZZ: Čínské trhy

Prerekvizity: Čína – geografie, historie, kultura; Marketing a management na čínských trzích; Etika a obchodní jednání na čínských trzích; Postavení Číny v mezinárodním obchodu

Vypracoval:	Ing. Marie Slabá, Ph.D. Ing. Lenka Ližbetinová, Ph.D. Ing. Petra Solarová, Ph.D. Ing. Roman Švec, Ph.D.	**Podpis:**	
Schválil garant oboru	Doc. Ing. Xenie Lukoszová, Ph.D.	**Podpis:**	

Datum vydání	
Platnost od:	AR 2016/2017

Tematické okruhy

1. Základní informace o Čínské lidové republice, geografie, klima, biogeografie a hydrologie, zemědělství a ochrana přírody Čínské lidové republiky.
2. Demografie Čínské lidové republiky.
3. Čínská filozofie a kultura, místní zvyklosti a vztahy v Čínské lidové republice
4. Hierarchie a struktura čínské společnosti. Specifika neverbální komunikace čínské kultury.
5. Dějiny Číny.
6. Obchodní jednání a profesní etiketa v Čínské lidové republice.
7. Mezikulturní komunikace a její specifika v obchodních vztazích s Čínskou lidovou republikou. Specifika vyjednávání s čínskými partnery.
8. Doprava a průmysl v Čínské lidové republice.
9. Marketingové prostředí a specifika marketingu na čínských trzích.
10. Marketingový výzkum a čínské trhy. Marketingový mix na čínských trzích.
11. Kupní chování spotřebitelů, faktory ovlivňující spotřební chování na čínských trzích.
12. Produkt na čínských trzích. Značka a brand management na čínských trzích.
13. Komunikační mix na čínských trzích. Reklama a reklamní trh Čínské lidové republiky.
14. Specifika managementu a řízení lidských zdrojů na čínských trzích.
15. Logistika v mezinárodním obchodu, vliv informačních a komunikačních technologií na logistiku v mezinárodním obchodu a čínských trzích. Clo a celní řízení, celní řízení při importu zboží z Čínské lidové republiky.
16. Postavení Čínské lidové republiky v mezinárodním obchodu - komoditní a teritoriální struktura, zahraničně-obchodní politika Čínské lidové republiky a její nástroje.

17. Obchodní politika zemí EU, vztah trhů států EU k trhům Čínské lidové republiky, vývoj obchodních vztahů mezi Českou republikou a Čínskou lidovou republikou. Specifické problémy mezinárodního obchodu a rizika podnikání v Čínské lidové republice z mezinárodního pohledu.

18. Trh Čínské lidové republiky – historický vývoj a aktuální stav. Podnikatelské prostředí na trzích Čínské lidové republiky.

19. Formy vstupu na zahraniční trhy a jejich aplikace při vstupu na trh Čínské lidové republiky.

20. Podstata, význam a východiska mezinárodního obchodu, členství Čínské lidové republiky v mezinárodních institucích. Obchodní význam tzv. Hedvábné stezky (Silk Road).

Doporučená literatura

AMBLER, Tim, Witzel MORGEN a Chao XI. Doing Business in China. New York: Routledge, 2000. ISBN 978-0-203-13215-9

FAIRBANK, John King, Martin HÁLA, Jana HOLLANOVÁ a Olga LOMOVÁ. *Dějiny Číny*. Nakladatelství Lidové noviny, 2010. 665 s. ISBN 80-7422-007-9.

HORÁLEK, Adam a Pavel PTÁČEK. *Vybraná témata z geografie současné Číny*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. 195 s. ISBN 978-80-210-6647-2.

JING, Wang. Brand New China : Advertising, Media, and Commercial Culture. London: Harvard University Press, 2008. ISBN 978-0-674-02680-3

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. Marketing management. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.

KOTLER, Philip, Kevin Lane KELLER a Lu TAIHONG. Marketing Management in China. Docklands: Pearson Ed Asia, 2008. ISBN 978-0-674-02680-3.

LIŽBETINOVÁ, Lenka a Qi. HUDEČKOVÁ. *Etika a obchodní jednání na čínských trzích*. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, 2015. 98 s. ISBN 978-80-7468-094-6.

MIDLER, Paul. *Made in Čína: pohled do zákulisí čínské velkovýroby.* Přeložil Ondřej HORECKÝ. Praha: Práh, 2015. ISBN 978-80-7252-577-5.

MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ. Obchodní podnikání ve 21. století. Praha: Grada, 2013. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4780-4.

SELIGMAN, Scott D. *Čínská obchodní etiketa : průvodce protokolem, společenským chováním a kulturou v Číně*. 1. vyd. Praha: BB art, 2007. 269 s. ISBN 978-80-7381-127-3.

SLABÁ, Marie, Roman ŠVEC, Qi HUDEČKOVÁ a Lukáš KUČERA. *Postavení Číny v mezinárodním obchodě: vysokoškolská učebnice.* 2. rozšířené vydání. České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, 2015. ISBN 978-80-7468-091-5.

TOOHEY, Lisa, Colin PICKER a Jonathan GREENACRE. *China in the new international economic order: new directions and changing paradigms.* New York, NY: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781107062016.

Chinese culture, organizational behavior, and international business management. edited by Ilan Alon; Foreword by Oded Shenkar. Westport, CT: Praeger, 2003. 270 s. ISBN 1-56720-546-1.

CRI online (Čínský portál ve Vašem jazyce). *Čínská encyklopedie: China ABC* [online]. Dostupné z: http://czech.cri.cn/chinaabc/index.htm.

Coface. *China: Major macro economic indicators, Risk assessment* [online]. Dostupné z: http://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/China.