



Tematické okruhy pro Státní závěrečné zkoušky

Obor: Ekonomika podniku

Název SZZ: Čínské trhy

Prerekvizity:

1. Podnikání na čínských trzích
2. Úvod do studia čínských trhů

Vypracoval:	Ing. Veronika Humlerová, Ph.D.	Podpis:	
Schválil garant oboru	doc. Ing. Marek Vochozka, MBA, Ph.D.	Podpis:	
Datum vydání	2. 7. 2018		
Platnost od:	pro nástup ZS 2016		
Platnost do:	Odvolání		

Tematické okruhy

1. Základní informace o Čínské lidové republice, geografie, klima, biogeografie a hydrologie, zemědělství a ochrana přírody Čínské lidové republiky.
2. Demogeografie 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.
8. Specifika vyjednávání s čínskými partnery.
9. Etiketa stolování
10. Doprava a průmysl v Čínské lidové republice. Logistika v mezinárodním obchodu.
11. Marketingové prostředí a specifika marketingu na čínských trzích.
12. Marketingový výzkum a čínské trhy. Marketingový mix na čínských trzích.
13. Kupní chování spotřebitelů, faktory ovlivňující spotřební chování na čínských trzích.
14. Produkt na čínských trzích. Značka a brand management na čínských trzích.
15. Komunikační mix na čínských trzích. Reklama a reklamní trh Čínské lidové republiky.
16. Specifika managementu a řízení lidských zdrojů na čínských trzích.
17. Postavení Čínské lidové republiky v mezinárodním obchodu - komoditní a teritoriální struktura, zahraničně-obchodní politika Čínské lidové republiky a její nástroje. Clo a celní řízení, celní řízení při importu zboží z Čínské lidové republiky.

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

Podnikání na čínských trzích

povinná literatura

Švihnos Michal. Dovoz zboží z Číny: Import snadno, bezpečně a legálně. Internet Consulting, 2013, 193 s. ISBN: 978-80-2604-274-7.

TOOHEY, Lisa, Colin PICKER a Jonathan GREENACRE. China in the International Economic Order: New Directions and Changing Paradigms. Cambridge University Press, 2015. 344 s. ISBN 978-1-107-06201-6. info

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. 177 s. ISBN 978-80-7468-091-5. info

doporučená literatura

Wang, Cheng Lu. Handbook of Contemporary Marketing in China: Theories and Practices (Management Science: Theory and Applications). Nova Science Publishers, Inc., 2013. 302 p. ISBN: 978-1622576432.

Midler Paul. Made in Čína: pohled do zákulisí čínské velkovýroby. Praha: Práh, 2015. ISBN: 978-80-7252-577-527-2.



Úvod do studia čínských trhů

povinná literatura

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. info

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. info

doporučená literatura

KEAY, JOHN, 2009. China : A history. John Keay. 1st ed. London : HarperPress, 578 s. ISBN : 978-0-00-722178-3

GREGORY VEECK et al., 2011.. China's geography : globalization and the dynamics of political, economic, and social change. 2nd ed. Lanham : Rowman & Littlefield Publishers, 381 s. ISBN 978-0-7425-6782-5

ALON, I. AND SHENKAR, O. 2003. Chinese culture, organizational behavior, and international business management. . Westport, CT : Praeger, 270 s. ; ISBN 1-56720-546-1

GULLOVÁ, Soňa. Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha : Grada, 2011. 253 s. ISBN 978-80-247-3777-5. info

FANG, Tony. Chinese business negotiating style. Thousand Oaks : SAGE Publications, 1999. 339 s. ISBN 0-7619-1575-3. info