

Mezinárodní marketing

Mezinárodní distribuční politika



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Ondřej Mikšík



- 1 Mezinárodní distribuční strategie.
 - 2 Problémy mezinárodní distribuce.
 - 3 Vývojové trendy v mezinárodní distribuci.
-

1 Mezinárodní distribuční strategie



- Součástí mezinárodní distribuční strategie je rozhodování o:
 - A: způsobu distribuce,
 - B: hustotě distribuční sítě,
 - C: délce distribučních kanálů
 - D: postavení a kritériích výběru účastníků distribuce,
 - E: způsobu řízení a koordinace činnosti účastníků distribuce,
 - F: vlastní fyzické dopravě a skladování distribuovaného zboží, neboli o logistice.
-

A. Způsob mezinárodní distribuce

- Distribuce přímá a nepřímá.
- Co to je?
- Výhody a nevýhody?



B. Hustota distribuční sítě



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Charakteristika.
- Čím je ovlivněna?



C. Délka distribučních kanálů



- Charakteristika.
- Čím je ovlivněna?



D. Výběr distribučního partnera



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Charakteristika.
- Čím je ovlivněn?



- Charakteristika.
- Jak to dělám? Čím motivujeme?



- Charakteristika.
- Čím je ovlivněna?



2 Problémy mezinárodní distribuce



- Jaké jsou časté problémy v mezinárodní distribuci?



3 Vývojové trendy v mezinárodní distribuci



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Jaké jsou nové trendy v mezinárodní distribuci?



Děkuji za pozornost 😊