

Prípadové štúdie

www.euroekonom.sk

- PŠ 1 Medzinárodné marketingové prostredie interné
- PŠ 2 Medzinárodné marketingové prostredie externé
- PŠ 3 Rozhodovanie o internacionalizácii marketingových činností organizácie
- PŠ 4 Rozhodovanie o výbere trhu
- PŠ 5 Rozhodovanie o forme vstupu na zahraničný trh
- PŠ 6 Rozhodovanie o marketingovom mixe - produkt, cena
- PŠ 7 Rozhodovanie o marketingovom mixe - komunikácia, distribúcia a ľudia
- PŠ 8 E - Business v podmienkach medzinárodného marketingu podniku
- PŠ 9 Rozhodovanie o marketingovej organizácii
- PŠ 10 Marketingový informačný systém