

Recenzia

Názov knižného titulu: *Medzinárodný manažment a medzinárodné podnikanie – základy teórie a prípadové štúdie*

Autori recenzovaného diela: *Ing. Katarína Procházková, PhD.*

Ing. Richard Bednár, PhD.

Vydavateľstvo: *EKONÓM, Bratislava, 2018*

Autor recenzie: *Ing. Zuzana Skorková, PhD.*

Autori skrípt s názvom *Medzinárodný manažment a medzinárodné podnikanie – základy teórie a prípadové štúdie* – Katarína Procházková a Richard Bednár, pôsobia na Katedre manažmentu, Fakulte podnikového manažmentu, Ekonomickej univerzite v Bratislave. Ich bohatá manažérska, vedecko-výskumná, publikačná i pedagogická prax sa odrazila vo vytvorení veľmi uceleného diela, ktoré nemusí slúžiť len ako skriptá pre študentov, ale ponúka množstvo inšpiratívnych informácií, odkrývajúcim čitateľom nové obzory v oblasti medzinárodného obchodu a podnikania.

Skriptá sú rozdelené do piatich základných kapitol, ktoré popri množstve teoretických informácií vždy prinášajú niekoľko prípadových štúdií a zoznam otázok, ktoré sú výbornou bázou na vedenie diskusie so študentami počas seminárov z predmetu *Medzinárodný manažment a medzinárodné podnikanie*, pre ktorý sú skriptá primárne určené. Prípadových štúdií je v skriptách až 20 – zachytávajú zaujímavé príbehy jednak slovenských podnikov a startupov, ako aj známych zahraničných globálnych spoločností.

Prvá kapitola definuje pojmy *globalizácia*, *medzinárodné prostredie* a *internacionalizácia*. Vysvetľuje výhody a nevýhody *globalizácie*. Nasleduje kapitola venovaná formám vstupov na zahraničné trhy – detailne sa autori venujú najmä *exportu* a *franchisingu*. Tretia kapitola rozoberá *multinacionálne podniky* – ich charakteristiku, *stratégie* a *fungovanie* v *globálnej praxi*. Ďalšia časť prináša analýzy vplyvu *kultúry* na *medzinárodné podnikanie*. Vysvetľuje *podstatu* a *charakteristiku kultúry*, *základné kultúrne rozdiely* a *vplyv kultúry na riadenie podnikov*. Mimoriadne zaujímavou časťou danej kapitoly je *téma medzinárodné obchodné rokovanie*, súčasťou ktorej sú aj *informácie o špecifikách obchodných rokovaní pätnástich krajín*. Piata kapitola je venovaná *marketingu* a *marketingovým stratégiám medzinárodne činného podniku*.

Skriptá sú spracované prehľadne, ich štruktúra je jasná a čitateľná. 20 prípadových štúdií dáva čitateľom možnosť overiť si pochopenie problematiky na príkladoch z reálnej praxe. Oceňujem fakt, že príbehy spoločností, vybraných do prípadových štúdií, prinášajú aktuálne výzvy medzinárodne činných podnikov zo Slovenska – ako sú napr. ESET či Martinus, ako i zahraničných svetovo známych gigantov – Apple, Starbucks či McDonald's.

Verím, že tieto skriptá budú obohatením nie len pre študentov Ekonomickej univerzity v Bratislave, ale že môžu osloviť i odbornú verejnosť venujúcu sa problematike medzinárodného manažmentu a medzinárodného podnikania.