

BIBLIOGRAFICKÁ REŠERŠE č. 9/2022

Počet záznamů: 20

Expanze českého podniku na německý trh

Klíčová slova a předmětová hesla

Expanze, mezinárodní obchod, zahraniční trh, internacionalizace, internacionalizační proces, e-mail marketing, B2B, analýza, průzkum, expansion, international trade, foreign market entry, B2B marketing, international sales

ÚVOD

V bibliografické rešerši byly vybrány zdroje, které souvisí s tématem expanze podniku na zahraniční trh. Dokumenty a především články se zabývají oblastmi marketingu u menších a středních firem na domácím i mezinárodním trhu B2B. Dále pak zkoumají různé fáze a specifika procesu internacionalizace podniku. Od přípravy, výběru a analýzy vhodného trhu po výběr modelu či strategie vstupu na zahraniční trh, využití konkurenčních výhod, zkoumání rizik apod.

K vypracování rešerše byly použity veřejně dostupné informační zdroje, jejichž seznam se nachází v analytickém listu. U zdrojů, které jsou dostupné online, je uveden aktivní link na webové stránky. Dokumenty nacházející se v SVKUL jsou opatřeny odkazem do katalogu knihovny, kde je možné publikace, respektive časopisy objednat. Rešerše se nedrží žádné metodiky tvorby bibliografických citací. Strukturou záznamů se přibližuje citačnímu stylu dle normy ČSN ISO 690.

ANALYTICKÝ LIST

Jazyk rešerše: český

Jazyk dokumentů: český, anglický

- česky: 7
- anglicky: 13

Časové vymezení dokumentů: 2010–2022

Geografické vymezení: ČR, zahraničí

Druhy dokumentů:

- monografie: 3
- články a stati: 3
- elektronické zdroje: 14

Dokumenty dostupné online v plném nebo částečném zobrazení: 17

Poznámky k citacím:

A) řazení podle typu dokumentu a dále abecedně podle autora - sestupně

B) citace periodik – **20(2)** = ročník 20, číslo 2

ZDROJE

- **katalogy a databáze SVKUL**
 - online katalog SVKUL

- **databáze a volné elektronické informační zdroje dostupné na internetu**
 - Google Scholar
 - Knihovny.cz
 - NUŠL – Národní úložiště šedé literatury
 - ProQuest
 - ResearchGate
 - Souborný katalog (SKC)
 - Výběr článků v českých novinách a časopisech (ANL)

MONOGRAFIE

1. Česká republika v mezinárodním srovnání: (vybrané údaje) = *Czech Republic in international comparison : (selected indicators)*. Praha: Český statistický úřad, 2021. ISBN 978-80-250-3066-0. (SVKUL; [IN206306/2021](#))
2. CHLEBOVSKÝ, Vít. *Marketing pro B-2-B trhy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010. ISBN 978-80-214-4129-3. (SVKUL; [IN218953](#))
3. KUBÍČKOVÁ, Lea, Martina TOULOVÁ a Marcela TUZOVÁ. *Internacionalizační proces českých malých a středních podniků: Internationalization process of Czech small and medium-sized enterprises : původní vědecká práce*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2015. ISBN 978-80-7509-332-5. (SVKUL; [N251201](#))

ČLÁNKY A STATI

4. ADAMSKA, Małgorzata. Practical application of forms and tools of marketing communication in the SME sector. *E+M. Ekonomie a Management*. 2020, **23**(2), 193-209. ISSN 1212-3609.
Dostupné také z:
https://dspace.tul.cz/bitstream/handle/15240/154927/EM_2_2020_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y
5. PRAŽÁKOVÁ, Jaroslava, BEDNÁŘOVÁ, Dagmar. Faktory ovlivňující vstup malých podniků na rakouské a německé zahraniční trhy. In: JAKLOVÁ, Alena a Anja Edith FERENEC, ed. *Deutsch ohne Grenzen: Gesellschaftswissenschaften*. Brno: Tribun EU, 2015, s. 89-102.
ISBN 978-80-263-0931-4. Dostupné také z: <https://d-nb.info/1092187502/34#page=90>
6. TOULOVÁ, Martina, Marcela TUZOVÁ a Jakub STRAKA. The Aspects of Managing Risks in Connection with the Internationalization of Smes from Selected Central European Countries. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. 2016, **64**(5), 1775-1784. ISSN 1211-8516. Dostupné také z: https://acta.mendelu.cz/artkey/acu-201605-0038_the-aspects-of-managing-risks-in-connection-with-the-internationalization-of-smes-from-selected-central-europea.php

ELEKTRONICKÉ ZDROJE

7. BAENA-ROJAS, Jose J., Diego A. LÓPEZ-CADAVID, Tania M. MACKENZIE-TORRES a Claudia L. MUÑOZ-PARRA. Hybrid multicriteria technique for international markets selection based on the analytic hierarchy process. *RAM. Revista de Administração Mackenzie* [online]. 2022, **23**(2) [cit. 2022-07-01]. ISSN 1678-6971. Dostupné z: <https://www.scielo.br/j/ram/a/Rk76XmwHHgmQFDCZrggDqMx/?lang=en>
8. BIEMANS, Wim G., Maja MAKOVEC BREŇČIČ a Avinash MALSHE. Marketing–sales interface configurations in B2B firms. *Industrial Marketing Management* [online]. 2010, **39**(2), 183-194 [cit. 2022-07-19]. ISSN 0019-8501. Dostupné z: https://www.academia.edu/18929882/Marketing_sales_interface_configurations_in_B2B_firms
9. DESZCZYŇSKI, Bartosz, Krzysztof FONFARA a Adam DYMITROWSKI. The Role of Relationships in Initiating the Internationalisation Process in B2B Markets. *Entrepreneurial Business and Economics Review* [online]. 2017, **5**(4), 91-109 [cit. 2022-07-19]. ISSN 2353-883X. Dostupné z: <https://eber.uek.krakow.pl/index.php/eber/article/view/294>
10. ERIKSSON, Kent, Jan JOHANSON, Anders MAJKGÅRD a D. Deo SHARMA. Experiential Knowledge and Cost in the Internationalization Process. In: FORSGREN, Mats, Ulf HOLM a Jan JOHANSON, ed. *Knowledge, Networks and Power* [online]. London: Palgrave Macmillan UK, 2015, 2015, s. 41-63 [cit. 2022-06-14]. ISBN 978-1-349-50612-5. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/305002929_Experiential_Knowledge_and_Cost_in_the_Internationalization_Process
11. FRACCASTORO, Sara, Mika GABRIELSSON a Ellen Bolman PULLINS. The integrated use of social media, digital, and traditional communication tools in the B2B sales process of international SMEs. *International Business Review* [online]. 2021, **30**(4) [cit. 2022-07-01]. ISSN 0969-5931. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969593120301256?via%3Dihub>
12. KORSAKIENĚ, Renata, Vratislav KOZAK, SvajonĚ BEKEŠIENĚ a Rasa SMALIUKIENĚ. Modelling internationalization of high growth firms: micro level approach. *E+M Ekonomie a Management* [online]. 2018, **22**(1), 54-71 [cit. 2022-06-14]. ISSN 1212-3609. Dostupné z: https://dspace.tul.cz/bitstream/handle/15240/151421/EM_1_2019_04.pdf?sequence=1&isAllowed=y

13. KUBÍČKOVÁ, Lea. Faktory úspěchu v internacionalizačním procesu MSP podnikajících v oblasti ICT. *Acta academica karviniensia* [online]. 2013, **13**(3), 119-128 [cit. 2022-06-14]. ISSN 1212-415X. Dostupné z: <http://aak.slu.cz/doi/10.25142/aak.2013.048.html>
14. KUIVALAINEN, Olli, Sanna SUNDQVIST, Sami SAARENKETO a Rod MCNAUGHTON. Internationalization patterns of small and medium-sized enterprises. *International Marketing Review* [online]. 2012, **29**(5), 448-465 [cit. 2022-06-14]. ISSN 0265-1335. Dostupné z: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02651331211260331/full/html>
15. MAGDOLENOVÁ, Jana. Analýza vybraných faktorů internacionalizace slovenských firem. *Journal of Competitiveness* [online]. 2010, (2), 86-98 [cit. 2022-07-01]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/49595133_Analyza_vybranych_faktorov_internationalizacie_slovenskych_firiem
16. MORGAN, Neil A., Hui FENG a Kimberly A. WHITLER. Marketing Capabilities in International Marketing. *Journal of International Marketing* [online]. 2018, **26**(1), 61-95 [cit. 2022-07-19]. ISSN 1069-031X. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/321452162_Marketing_Capabilities_in_International_Marketing
17. PYPER, Keith, Anne Marie DOHERTY, Spiros GOUNARIS a Alan WILSON. Investigating international strategic brand management and export performance outcomes in the B2B context. *International Marketing Review* [online]. 2019, **37**(1), 98-129 [cit. 2022-07-01]. ISSN 0265-1335. Dostupné z: <https://strathprints.strath.ac.uk/70236/>
18. REIMANN, Caroline, Fernando CARVALHO a Marcelo DUARTE. The Influence of Dynamic and Adaptive Marketing Capabilities on the Performance of Portuguese SMEs in the B2B International Market. *Sustainability* [online]. 2021, **13**(2) [cit. 2022-06-14]. ISSN 2071-1050. Dostupné z: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/2/579/htm>
19. VIIIO, Paul a Christian GRÖNROOS. Value-based sales process adaptation in business relationships. *Industrial Marketing Management* [online]. 2014, **43**(6), 1085-1095 [cit. 2022-06-16]. ISSN 0019-8501. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0019850114000935?via%3Dihub>

20. ZAPLETALOVÁ, Šárka. Vybrané evoluční teorie procesu internacionalizace podnikatelských aktivit. *Acta academica karviniensia* [online]. 2011, **11**(3), 186-193 [cit. 2022-06-16]. ISSN 1212-415X. Dostupné z: <http://aak.slu.cz/doi/10.25142/aak.2011.058.html>