

Библиотека “Проф. Цани Калянджиев”

Книга шеста

Проф. д-р ик. н. Юлия Узунова, доц. д-р Елена Георгиева,
доц. д-р Бистра Василева, гл. ас. д-р Мария Кехайова,
гл. ас. д-р Евгени Станимиров

**МАРКЕТИНГОВА ИНТЕРАКТИВНОСТ
В ЕВРОПЕЙСКОТО ПАЗАРНО
ПРОСТРАНСТВО**

2006

Издателство "Наука и икономика"
Икономически университет - Варна

СЪДЪРЖАНИЕ

Резюме на български език	5
Резюме на руски език	5
Резюме на английски език	6
Резюме на немски език	7
Използвани съкращения	8
Увод	11

Глава първа

СЪВРЕМЕННАТА ИКОНОМИКА И ЕВРОПЕЙСКИТЕ ПАЗАРИ

1.1. Тенденции в съвременната икономика и проблеми пред маркетинга	14
1.2. Оформяне и утвърждаване на европейското пазарно пространство	32

Глава втора

СТРАТЕГИЧЕСКАТА МАРКЕТИНГОВА ИНТЕРАКТИВНОСТ В ЕВРОПЕЙСКОТО ПАЗАРНО ПРОСТРАНСТВО

2.1. Цикличната маркетингова интерактивност в бизнеса	46
2.2. Детерминация и режими на кластерната маркетингова интерактивност в европейското пазарно пространство	63

Глава трета

МАРКЕТИНГОВА ИНТЕРАКТИВНОСТ НА ФИРМИТЕ

3.1. Интерактивен маркетинг и маркетингова интерактивност - микроекономическа перспектива	79
3.2. Основни елементи на маркетинговата интерактивност на фирмите	92

Глава четвърта
БАЛАНСИРАНЕ НА ИНТЕРЕСИТЕ НА ДОСТАВЧИЦИ И КЛИЕНТИ
В УСЛОВИЯ НА ИНТЕРАКТИВНОСТ

4.1. Условия за балансиране на интересите на доставчици и клиенти	102
4.2. Управление на взаимовръзките "доставчик - клиент"	111

Глава пета
МОДЕЛИРАНЕ НА МАРКЕТИНГОВАТА ИНТЕРАКТИВНОСТ
В ЕВРОПЕЙСКИТЕ ПАЗАРИ

5.1. Модели на маркетингова интерактивност в европейските пазари	118
5.2. Технология на маркетинговата интерактивност в европейските пазари	126
Заклучение	137
Използвана литература	138
Приложения	148