

**Проф. д-р ик. н. Юлия Узунова**  
**Доц. д-р Бистра Василева**  
**Ас. Надежда Калинова**

# **Международен маркетинг**

**2012**

**Издаелство “Наука и икономика”  
Икономически университет – Варна**

## СЪДЪРЖАНИЕ

Увод .....	7
Използвани съкращения .....	8
Списък на приложенията .....	9

### Раздел първи

#### Международен бизнес, пазари и сегментация

Глава 1. Международният бизнес и маркетинг .....	11
1.1. Международният бизнес – условия, елементи .....	11
1.2. Международен маркетинг – същност, елементи, характеристики.	27
Глава 2. Интернационализация на пазарните процеси .....	34
2.1. Фази на интернационализация на пазарните процеси .....	38
2.2. Компоненти на международната пазарна инфраструктура .....	47
2.3. Методика за оценка на пазарни профили.....	81
Глава 3. Маркетингови изследвания и сегментиране на международните пазари .....	87
3.1. Бизнес рискове в страните-пазари .....	87
3.2. Обекти и етапи на международните маркетингови изследвания.....	102
3.3. Информационен анализ и решения за международните пазари .....	116
3.4. Международно сегментиране и позициониране на страните пазари .....	131

### Раздел втори

#### Международен маркетингов микс. Политики и стратегии

Глава 4. Международна продуктова политика и решения.....	158
4.1. Международен продукт и продуктов микс.....	158
4.2. Международни продуктови стратегии.....	165
4.3. Стандартизиране и адаптиране на продукта по страни-пазари ..	174
Глава 5. Международна промоционална политика и решения.....	182
5.1. Комуникационният процес в международния бизнес .....	182
5.2. Цели на международния комуникационен процес.....	186

5.3. Елементи на международния комуникационен процес .....	188
5.4. Международна реклама и ПР .....	190
Глава 6. Цени и ценови решения в международния бизнес .....	199
6.1. Цели и граници на международните цени .....	199
6.2. Видове международни цени .....	206
6.3. Регулиране на международните цени .....	215
6.4. Фактори, влияещи върху международните цени .....	220
6.5. Ценови стратегии в международния бизнес .....	231
Глава 7. Бизнес решения в международните канали .....	239
7.1. Международна логистика .....	239
7.2. Характеристика на международните канали .....	249
7.3. Избор на международен дистрибуционен канал .....	259

### **Раздел трети**

#### **Организационно-стратегически форми и решения в международния маркетинг**

Глава 8. Международни маркетингови решения за пазарен вход .....	292
8.1. Условия и позиции за избор на пазарен вход .....	292
8.2. Форми на индиректен пазарен вход .....	309
8.3. Форми на директен пазарен вход .....	318
Глава 9. Организация на международния маркетинг .....	327
9.1. Организационно-технологични промени в международната бизнес среда .....	327
9.2. Организационно-технологичните вериги в международния маркетинг. Международен жизнен цикъл и стратегии на продукти .....	331
9.3. Организационно-структурни равнища и форми в между- народния маркетинг – дизайн и контрол .....	341
9.4. Международни и глобални структурни области за при- ложение на мултинационални стратегии .....	352
Литература .....	358
Приложения .....	365