

# Съдържание

Глава първа

<b>ГЛОБАЛИЗАЦИЯ</b> .....	5
1. Дефиниране на понятието глобализация. ....	5
2. Движещи сили и ограничения при глобализацията.....	8
3. Индекс на глобализацията .....	25
4. Противоречия в глобализацията.....	31
4.1. Противоречието „национална държава – транснационални корпорации“ .....	32
4.2. Противоречието „възможности – заплахи“.....	34
4.3. Противоречието „конкуренция – партньорство“ .....	35
4.4. Противоречието „глобална култура – национална самобитност“ .....	37
4.5. Противоречието „глобална интеграция – локална отзивчивост“ .....	38
5. Глобализацията – благословия или проклятие .....	39

Глава втора

<b>ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА НА ГЛОБАЛНИЯ МАРКЕТИНГ</b> .....	40
1. Понятията международен, мултинационален, глобален маркетинг .....	40
2. Абсолютни, относителни и конкурентни предимства .....	48
3. Методи и показатели за количествена оценка на конкурентоспособността на националните икономики .....	58
4. Формиране на „глобална маркетингова стратегия“ .....	64
5. Глобалният маркетинг – успехи и предизвикателства.....	69

Глава трета

<b>ИКОНОМИЧЕСКА И ПОЛИТИЧЕСКА СРЕДА</b> .....	71
1. Модел за анализ на външната среда в глобалния маркетинг.....	71
2. Политическа и правна среда .....	77
3. Икономическа среда.....	96
4. Политическа и икономическа макросреда – първи стъпки при анализа на глобалните пазари .....	114

Глава четвърта

<b>МНОГООБРАЗИЕТО НА ОКОЛНИЯ СВЯТ. СОЦИАЛНА И ТЕХНОЛОГИЧНА СРЕДА</b> .....	115
1. Демографски характеристики на страните.....	115

2. Дефиниции за култура .....	119
3. Нива на културно въздействие.....	121
3.1. Материални продукти .....	122
3.2. Ритуали и поведение .....	123
3.3. Системи и институции .....	128
3.4. Вярвания, мироглед и обичаи .....	133
3.5. Ценности .....	139
4. Класификация на културите .....	141
4.1. Международни сравнения на системите от ценности.....	141
4.2. Култури с нисък контекст и култури с висок контекст .....	144
4.3. Класификация на културите по Хофстеде .....	148
5. Технологична среда в глобалния маркетинг.....	159
6. Природната среда – неосъзнатото бъдеще.....	170
7. Социалната и технологичната среда – детерминанти на маркетинговата стратегия .....	171

#### Глава пета

<b>МЕЖДУНАРОДНИТЕ МАРКЕТИНГОВИ ИЗСЛЕДВАНИЯ</b> .....	173
1. Информационните технологии и бизнес разузнаването в глобалния маркетинг .....	173
2. Особености на международните маркетингови проучвания .....	178
3. Процесът на международните маркетингови изследвания.....	181
3.1. Дефиниране на проблема, който изисква провеждане на маркетинговото изследване .....	181
3.2. Определяне на целите на маркетинговото изследване.....	182
3.3. Разработване на програма за провеждане на международно маркетингово изследване .....	185
3.4. Набиране на информация .....	188
3.5. Анализ на набраната информация .....	201
3.6. Представяне на резултатите от изследването и предложения на варианти за решения .....	208
4. Маркетингова информационна система.....	208
Литература и използвани източници .....	212