



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА:

Международният маркетинг и неговите съвременни измерения

Изготвил:

Проверил:

2016

УВОД

Мениджърите по целия свят признават нарастващата необходимост техните фирми и организации да развият умения, способности и знания, така че да се конкурират ефективно на международните пазари. Появата на една по-отворена световна икономика, глобализацията на вкусовете на потребителите и постоянно нарастващия достъп до интернет в световен мащаб увеличават взаимната зависимост и междусистемните връзки на националните икономики по целия свят. Съществува необходимост мениджърите от всякакви компании да развият своите умения, с които да се отговори на този натиск.

Пазарите и маркетингът стават все по международни по своята същност и мениджърите не трябва да игнорират този факт. За постигане на устойчив растеж на пазарите, които са все по-глобални, или просто за да се оцелее на вътрешните пазари, на които все по-често влизат международни компании е важно организациите да разбират сложността и многообразието на международния маркетинг.

1. ЗНАЧЕНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ МАРКЕТИНГ

През последната година международната търговия е достиганала оборот от над 11 млрд долара и световната търговия с услуги се оценява на около 4 трилиона долара. Докато повечето от нас не могат да си представят такива огромни суми, то те служат за индикация относно мащаба на международната търговия днес.

Глобалният пазар е представен от население от 6.6 милиарда души, като според последните прогнози на ООН, то се очаква да достигне 10 милиарда до 2050г.

Глобалното богатство се увеличава и това се отразява в нарастващото равнище на търсене. Повишаването на равнището на