



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

КУРСОВА РАБОТА

ПО МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЕ

НА ТЕМА:

**МЕЖДУНАРОДНИЯТ МАРКЕТИНГ И НЕГОВИТЕ СЪВРЕМЕННИ
ИЗМЕНЕНИЯ**

Изготвил:

Проверил:

2016

УВОД

Първото споменаване на международния маркетинг е било в началото на 60-те години на миналия век. Целесъобразността на използването на такъв маркетинг се дължи на необходимостта от осигуряване на ефективна международна търговия със стоки и услугите, чиито обем е достигнал значителни размери. В началото на 60-те години на 20 век международната търговия се е превърнала в основен компонент на международните икономически отношения. По-нататъшното развитие на международната търговия е довело до по-дълбоко разделение на труда между отделните страни и насърчаване на последващата интеграция на националните икономики в света. При такава обстановка фирмите от различни страни са започнали да търсят по-благоприятни условия за бизнес на чуждестранните пазари, чиито достъп е причината за увеличаване на производството и задълбочаване на специализацията.

По този начин, положителните промени в международните икономически отношения, които са причина за глобализацията и интеграция на националните икономики (нов икономически ред, който се развива на основата на либерализацията и принципите на сътрудничеството) са насърчили практическото използване на международния маркетинг, неговото развитие и това са основните предусловия за неговата поява (Фиг. 1)¹.

По този начин се е появило изискване пред международния маркетинг за свързана на прехода от случайна търговия на базата на естествен интерес към стоки и услуги на отделни фирми към целенасочена международна търговия, която се основава на систематично и интензивно използване на чуждия пазари. Това значение на международната търговия

¹ Morgounov V.I. International Marketing / Ed. L.P. Dashkov. - 2nd ed. - М.: Publishing and Trading Corporation "Dashkov and Co», 2006. - 152 p.