УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

Утвърдил:

доц. д-р Мария Воденичарова –

зам.-ректор по НИД

ИЗПИТНА ПРОГРАМА
ЗА ДОКТОРАНТСКИ ИЗПИТ
ПО НАУЧНА СПЕЦИАЛНОСТ „СВЕТОВНО СТОПАНСТВО И МИО“
КЪМ КАТЕДРА „МИО И БИЗНЕС“

ДИСЦИПЛИНА: “Теоретични и практически измерения на международния маркетинг /дигиталния маркетинг”

1 МЕЖДУНАРОДНИЯТ МАРКЕТИНГ И ПРОЦЕСИТЕ НА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

2 ВЛИЯНИЕ НА ПАНДЕМИИТЕ ВЪРХУ МЕЖДУНАРОДНИТЕ МАРКЕТИНГОВИ СТРАТЕГИИ

3 ПРОУЧВАНИЯТА В ГЛОБАЛНИЯ МАРКЕТИНГ

4 ПОТРЕБИТЕЛЯ В МЕЖДУНАРОДНИЯ МАРКЕТИНГ

5 ПОВЕДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ

6 ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ НА ОРГАНИЗИРАНИТЕ ПАЗАРИ

7 СТРАТЕГИИ И МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ

8 ПРОДУКТОВА ПОЛИТИКА И МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ

9 ПРОДУКТОВАТА ПОЛИТИКА В МЕЖДУНАРОДНИЯ МАРКЕТИНГ И ПРОБЛЕМИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

10 УСЛУГИТЕ В МЕЖДУНАРОДНИЯ МАРКЕТИНГ

ЛИТЕРАТУРА:

А. ОСНОВНА / BASIC

1. Боева. Б.. Цанов. Ц., Вълков, П., Христов, А., (2016) Корпоративно управление в международния бизнес. Издателски комплекс -УНСС. София,.
2. Бонева, С., (2019) Управление на комуникациите в международни проекти, Издателски комплекс - УНСС, София
3. Дънешка, А., (2015) Култура и международен бизнес, Издателски комплекс - УНСС, София
4. Христов, А. (2016) Дигиталните медии и компаниите: свобода и автентичност. В: Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 13.02.; http://www.newmedia21.eu/analizi/digitalnite-medii-i-kompaniite-svoboda-i-avtentichnost/.
5. Христов, А., (2017) Саморегулация в маркетинговите комуникации. Международни аспекти, Издателски комплекс - УНСС, София
6. Cateora, Ph. R, Graham, J., Gilly, M. C., Money, Bruce (2020), International Marketing, 18th ed., McGraw-Hill Education, New York.
7. Czincota, M., Ikka, R., Gupta, S. (2021) International Business, 9th ed. Cambridge University Press
8. Green, M., Keegan, W. (2020) Global Marketing, 10th Edition, Pearson.
9. Heinze, A, Fletcher, G., Rashid, T., Cruz., A., (2020) 2nd Ed., Digital and Social Media Marketing: A Results-Driven Approach, Routledge

Б. ДОПЪЛНИТЕЛНА / ADDITIONAL

10. Боева, Б., Василева А., Международен маркетинг , Стопанство, УНСС, 2010
11. Боева Б. (2014) Мениджмънт в условията на интернационализация и глобализация. ИК – УНСС
12. Боева, Б., Стойчев. И., Славова, М., Василева, А., Дънешка, А., Лозанов, О., Христов, А., (2013) Маркетинг: перспективата за съвременния бизнес, Издателски комплекс - УНСС. София,.
13. Василева, А. (2011) Международен бизнес, Стопанство, УНСС
14. Craig, C., Douglas, S. (2014), International Marketing Research, Wiley
15. Fletcher, R., Crawford, H. (2017), International Marketing : An Asia-Pacific Perspective, Pearson Australia, Melbourne, Victoria
16. Kang, Ch., Germann, F., Grewal, R., (2016) Washing Away Your Sins? Corporate Social Responsibility, Corporate Social Irresponsibility, and Firm Performance, Journal of Marketing March, Vol. 80, No. 2, pp. 59-79
17. Котлер,Ф., Маркетинг 4.0 Локус , С.2019

Титуляр:

Доц. д-р Александър Христов
Assoc. Prof. Alexander Hristov, PhD