

Проф. д-р Евгени Станимиров,  
доц. д-р Елена Георгиева,  
доц. д-р Мария Кехайова-Стойчева,  
гл. ас. д-р Боряна Грънчарова

# МАРКЕТИНГ

2017

Издаелство „Наука и икономика“  
Икономически университет - Варна

Тази книга или части от нея не могат да бъдат размножавани, разпространявани по електронен път и копирани без писменото разрешение на издателя.

- © Евгени Петров Станимиров, Елена Тодорова Георгиева, Мария Петрова Кехайова-Стойчева, Боряна Георгиева Грънчарова, автори, 2017.
- © Издателство „Наука и икономика”, 2017.

ISBN 978-954-21-0916-7

## Съдържание

Увод .....	11
<b>Тема 1. Въведение в маркетинга .....</b>	<b>13</b>
<i>Резюме .....</i>	<i>13</i>
<i>Учебни цели.....</i>	<i>13</i>
1. Същност, функции и задачи на маркетинга.....	14
2. История на маркетинговата теория и практика.....	18
3. Пазарни и маркетингови концепции .....	21
4. Основни маркетингови понятия .....	28
5. Състояния на търсенето .....	29
6. Видове маркетинг .....	32
7. Маркетингов микс.....	35
<i>Ключови термини.....</i>	<i>37</i>
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия .....</i>	<i>37</i>
<i>Използвана литература .....</i>	<i>38</i>
<b>Тема 2. Маркетингова среда .....</b>	<b>40</b>
<i>Резюме .....</i>	<i>40</i>
<i>Учебни цели.....</i>	<i>40</i>
1. Маркетингова макросреда.....	40
2. Маркетингова микросреда .....	47
3. Система от показатели за мониторинг на средата .....	51
4. Методи за анализ и оценка на средата .....	54
<i>Ключови термини.....</i>	<i>61</i>
<i>Въпроси за самоподготовка.....</i>	<i>61</i>
<i>Използвана литература .....</i>	<i>62</i>

<b>Тема 3. Маркетингова информационна система</b> .....	63
<i>Резюме</i> .....	63
1. Същност и предназначение на маркетинговата информационна система (МИС).....	64
2. Процес на маркетингово проучване .....	84
<i>Ключови термини</i> .....	103
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия</i> .....	104
<i>Използвана литература</i> .....	106
<b>Тема 4. Потребителски пазари и поведение при покупки</b> .....	108
<i>Резюме</i> .....	108
<i>Учебни цели</i> .....	109
1. Потребителски пазари .....	109
2. Модел на поведение при покупка в потребителските пазари.....	114
3. Влияния върху поведението при покупка.....	117
4. Процес на вземане на решение за покупка.....	128
5. Е-пазаруване .....	133
<i>Ключови термини</i> .....	135
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия</i> .....	136
<i>Използвана литература</i> .....	138
<b>Тема 5. Организационни пазари и поведение при покупки</b> .....	140
<i>Резюме</i> .....	140
<i>Учебни цели</i> .....	140
1. Характеристика на организационните пазари.....	141
2. Модел на поведение при покупка на организационен потребител ....	145
3. Типове решения при покупка на организационни потребители .....	148
4. Процес на вземане на решение за покупка.....	149
5. Участници в „центъра за покупки” .....	154
6. Е-купуване на организационни клиенти.....	156
<i>Ключови термини</i> .....	157
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия</i> .....	157
<i>Използвана литература</i> .....	158

<b>Тема 6. Процес на разработване на пазара</b> .....	159
<i>Резюме</i> .....	159
<i>Учебни цели</i> .....	159
1. Развитие на подходите за разработване на пазара.....	160
2. Процес на разработване на пазара .....	166
<i>Ключови термини</i> .....	187
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия</i> .....	187
<i>Използвана литература</i> .....	188
<b>Тема 7. Продуктът в маркетинговия микс</b> .....	189
<i>Резюме</i> .....	189
<i>Учебни цели</i> .....	190
1. Класификация и концепции за нива на продукта .....	190
2. Продуктов микс, продуктови линии, продуктови единици.....	198
3. Концепция за жизнен цикъл на продукта .....	202
4. Етапи при разработване на нови продукти.....	210
5. Продуктов портфейл.....	215
<i>Ключови термини</i> .....	221
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия</i> .....	222
<i>Използвана литература</i> .....	224
<b>Тема 8. Цената в маркетинговия микс</b> .....	225
<i>Резюме</i> .....	225
<i>Учебни цели</i> .....	225
1. Същност и роля на цената в маркетинговия микс .....	226
2. Елементи на цената.....	231
3. Фактори, влияещи при формиране на цените .....	233
4. Процес на ценообразуване. Ценови стратегии и методи .....	237
<i>Ключови термини</i> .....	250
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия</i> .....	251
<i>Използвана литература</i> .....	251

<b>Тема 9. Дистрибуцията в маркетинговия микс</b> .....	253
<i>Резюме</i> .....	253
<i>Учебни цели</i> .....	253
1. Същност и значение на дистрибуцията и дистрибуционната политика.....	254
2. Дистрибуционни канали и посредници.....	258
3. Функции на звената в каналите за дистрибуция.....	259
4. Типове дистрибуционни системи.....	264
5. Управление на звената в каналите за дистрибуция.....	266
6. Стратегии за дистрибуция.....	269
7. Маркетингова логистика.....	271
<i>Ключови термини</i> .....	272
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия</i> .....	273
<i>Използвана литература</i> .....	273
<b>Тема 10. Маркетингови комуникации и комуникационен микс</b> .....	274
<i>Резюме</i> .....	274
<i>Учебни цели</i> .....	274
1. Същност и роля на комуникационната политика.....	275
2. Елементи на комуникационния микс.....	280
3. Процес на планиране на маркетинговите комуникации.....	283
<i>Ключови термини</i> .....	300
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия</i> .....	300
<i>Използвана литература</i> .....	301
<b>Тема 11. Управление на маркетинговата дейност</b> .....	302
<i>Резюме</i> .....	302
<i>Учебни цели</i> .....	302
1. Маркетинговата дейност в процеса на стратегическото управление.....	303
2. Организация на маркетинговата дейност.....	307
3. Процес на маркетингово планиране – основни етапи.....	313

<i>Ключови термини</i> .....	315
<i>Въпроси за самоподготовка</i> .....	315
<i>Използвана литература</i> .....	316
<b>Глава 12. Маркетинг в глоболизиращи се пазари</b> .....	317
<i>Резюме</i> .....	317
<i>Учебни цели</i> .....	317
1. Глобална конкуренция и глобални компании за глобални потребители.....	318
2. Особенности при сканиране на глобалната среда.....	324
3. Глобални решения за пазарен вход .....	330
4. Глобални маркетингови решения .....	332
<i>Ключови термини</i> .....	335
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия</i> .....	336
<i>Използвана литература</i> .....	337
<b>Тема 13. Особенности на приложение на маркетинга</b> .....	338
<i>Резюме</i> .....	338
<i>Учебни цели</i> .....	338
1. Макромаркетинг.....	339
2. Маркетинг на услуги .....	341
3. Маркетинг в нестопанските организации.....	344
4. Маркетинг на идеи.....	347
5. Маркетинг на личности.....	349
<i>Ключови термини</i> .....	350
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия</i> .....	350
<i>Използвана литература</i> .....	351
<b>Тема 14. Социална отговорност на маркетинга</b> .....	352
<i>Резюме</i> .....	352
<i>Учебни цели</i> .....	352
1. Социални критики към маркетинга.....	352
2. Публични институции и действия за регулиране.....	360

3. Маркетингова етика.....	364
<i>Ключови термини.....</i>	<i>371</i>
<i>Въпроси за самоподготовка и дискусия .....</i>	<i>371</i>
<i>Използвана литература .....</i>	<i>372</i>