

в него сума на определено лице или на предявител.

**Чуждестранна валута** – платежно средство на други страни, законно или незаконно използвано на територията на дадена страна.

## Литературни източници

1. Бауман, З., Глобализацията и последиците за човека, София, 2012
2. Бек, У., Световното рисково общество, София, 2013
3. Бекс, П., Европейският валутен съюз, международни аспекти, София, 2005
4. Бжежински, З., Изборът. Глобално господство или глобално лидерство, София, 2004
5. Билярски, С., Франчайзинг бизнес, София, 2010
6. Василева, А., Маркетинг в Европейския съюз, София, 2004
7. Василева, А., Международен бизнес и глобализация, София, 2010
8. Василева, А., Съвременни форми на международен бизнес, София, 2010
9. Величков, Й., Американската външна политика 1990 – 2005, София, 2005
10. Ганчев, Г., и колектив, България в обединена Европа (управленска програма 2005 – 2009), София, 2005
11. Голбрейт, Дж. К., Пътуване през икономическото време, София, 1999
12. Голубков, Е. П., Маркетинговые исследования: теория, методология и практика, Москва, 2010
13. Гъргаров, З., Международни икономически и финансови организации, Благоевград, 2005
14. Гъргаров, З., Международният бизнес (на прага на новото столетие), София, 2007
15. Гъргаров, З., Световната икономика и международните икономически отношения, Благоевград, 2009

16. Дракър, П., Новите реалности в управлението, в икономиката и бизнеса, в обществото и света, София, 2005
17. Каракашева, Л., и колектив, Международен бизнес, София, 1999
18. Каракашева, Л., Международен маркетинг, София, 2007
19. Кастельс, М., Информационна епоха: економика, общество, култура, Москва, 2000
20. Кинг, А., Шнайдер, Б., Първата глобална революция, София, 2002
21. Кисинджър, Х., Дипломацията, София, 2007
22. Кунева, И., Как да разработим експортен план: ръководство с електронна форма, Бургас, 2010
23. Купър, Р., Разпадането на нациите, София, 2004
24. Марикина, М., САЩ и ЕС – между рецесията и желанието за доминиране в световното стопанство, сп. Банки, инвестиции, пари, 2/2003
25. Младенова, Г., Маркетингово планиране, София, 2006
26. Младенова, Г., Стратегическо маркетингово планиране, София, 2015
27. Младенова, Г., Димова, Н., Основи на маркетинга, София, 2009
28. Михайлов, М. Стратегическо управление на туризма. НБУ, С., 2015, стр.169
29. Найденов, Н., Международен маркетинг. Анализ, стратегии, реализация, УИ Стопанство, София, 1999
30. Недялкова, А., Глобализацията – нищо фатално, Варна, 2002
31. Пилбийм, К., Международни финанси, София, 1995
32. Сантоу, Дж., Чанел, М., Международни делови преговори и етика на бизнес отношенията, София, 2006
33. Желев, С., Младенова, Г., Маркетинг, София, 2013
34. Станчев, В., Глобализация и регионализация, Институт за либерални изследвания, кн. 34/2002
35. Стоянов, В., Пазар, трансформация, глобализация, нов световен ред, София, 2003
36. Узунова, Ю., Василева, Б., Международни маркетинг

- гови интервенции: базови конструкции и анализи, София, 2004
37. Феръл, П., Маркетинг: концепции и стратегии, София, 1996
  38. Фридмън, М., Фридмън, Р., Свободата на избора, София, 2007
  39. Хаджиниколов, Д., Европейският съюз като глобална търговска сила, София, 2009
  40. Хънтингтън, С., Сблъсъкът на цивилизациите и преобразуването на световния ред, София, 1999
  41. Чомски, Н., Хегемония или оцеляване. Американският стремеж към глобално господство, София, 2003
  42. Anno, E., *Elementi di Marketing Internazionale*, Simone, 2008
  43. Backhaus, K., Voeth, M., *Industriegütermarketing - Grundlagen des Business-to-Business-Marketings*, München, 2014
  44. Berndt, R., Altobelli, C. F., Sander, M., *Internationales Marketing-Management*, Springer, 2003
  45. Bilgin, F. Z., Wührer, G., *International Marketing Compact*, Linde, 2014
  46. Breitschuh, J., Wöller, T., *Internationales Marketing – ausgewählte Strategien zur Sicherung von Absatz- und Beschaffungsmärkten*, Oldenbourg, 2007
  47. Bursi, T., Galli, G., *Marketing internazionale*, Marzo, 2012
  48. Cateora, P. R., Graham, J. L., *International marketing*, 12<sup>th</sup> Edition, New York, McGraw-Hill, 2005
  49. Chandler, Jr., *Strategy and Structure: Chapter in the History of the Industrial Enterprise*, Cambridge, MA, MIT Press, 1962
  50. Charles, C., *Paru en février, Marketing international et mondialisation*, De Boeck, 2010
  51. Ghemawat, P., *Redefining global strategy: Crossing borders in a world where differences still matter*, Boston, MA, Harvard Business School Press, 2007
  52. Giorgio, P., *Il marketing internazionale. Mercati globali e nuove strategie competitive*, 5<sup>th</sup> Edition, Rilegato, 2010

53. Grant, J., *The green marketing manifesto*, Hoboken, NJ, John Wiley & Sons, 2007
54. Gundlin, E., Zanchettin, A., *Global diversity: Winning customers and engaging employees within world markets*, Boston, MA, Nicholas Brealey International, 2007
55. Henner, H., *Commerce International*, 2<sup>nd</sup> Edition, Montchrestien, Paris, 1992
56. Hill, C. W.L., *International Business: Competing in the Global Marketplace*, 10<sup>th</sup> Edition, Irwin/Mc Graw Hill, 2015
57. Hollensen, S., *Global Marketing*, 6<sup>th</sup> Edition, Pearson, 2014
58. Keegan, W. J., Green, M. C., *Global marketing*, 7<sup>th</sup> Edition, Boston, 2013
59. Kotabe, M., Helsen, K., *Global Marketing Management*, Wiley, 2011
60. Mann, C. J., Götz, K., *Borderless business: Managing the far-flung enterprise*, Westport, CN, Praeger, 2006
61. McCarthy, J., *Basic Marketing*, Homewood, Illinois, 1990
62. Mühlbacher, H., Leih, H., Dahringer, L., *International marketing. A global perspective*, 3<sup>rd</sup> Edition, London, 2006
63. Pasco, C., *Marketing international, manuel*, French Paperback, Dunod, 2002
64. Prime, N., Usunier, J.C., *Marketing international: Marchés, cultures et organisations*, 2<sup>nd</sup> Edition, Pearson, 2015
65. Shaw, J., *International Marketing: Strategy and Theory*, 5<sup>th</sup> Edition, Routledge, 2009
66. Terpstra, V., *International Marketing*, 4<sup>th</sup> Edition, The Dryden Press, Chicago, 1987
67. Trompenaars, A., *Marketing across cultures*, West Sussex, England, Capstone Publishing, 2005
68. Valdani, E., Bertoli, G., *Marketing internazionale*, 2014
69. Weekly, J., Aggarwal, R., *International Business, Operating in the Global Economy*, Chicago, 1987
70. Zentes, J., Swoboda, B., Schramm-Klein, H., *Internationales Marketing*, 3<sup>rd</sup> Edition, überarbeitete Auflage, München, Vahlen, 2013

## **Материали на международни организации**

1. Industrial Development, Global Report, Vienna, UNIDO
2. World Economic Outlook, Wash, DC, IMF
3. World Development Report, Wash. DC, World Bank
4. World Trade Organisation, Annual Report, 2014
5. World Investment Report, U.N., NY, Gen., 2014

## **Websites**

1. [https://www.ama.org/Pages/default.aspx/American Marketing Association](https://www.ama.org/Pages/default.aspx/AmericanMarketingAssociation)
2. [https://www.marketing.org/Business/Marketing Association](https://www.marketing.org/Business/MarketingAssociation)
3. [http://www.marketingresearch.org/MarketingResearch Association](http://www.marketingresearch.org/MarketingResearchAssociation)
4. [https://www.census.gov/programs-surveys/acs/U.S. Census Bureau. American Community Survey](https://www.census.gov/programs-surveys/acs/U.S.CensusBureau.AmericanCommunitySurvey)
5. [http://factfinder.census.gov/faces/nav/jsf/pages/index.xhtml/](http://factfinder.census.gov/faces/nav/jsf/pages/index.xhtml) U.S. Census Bureau. American FactFinder: Your source for population, housing, economic, and geographic data
6. Google AdWords Resources – <https://adwords.google.com/home/resources/>
7. EffectiveMeasurement–<http://digitalmarketingphilippines.com/effectively-measure-your-digital-marketing-campaign-in-7-easy-steps/>
8. Important Metrics – <http://digitalmarketingphilippines.com/14-most-important-metrics-to-focus-in-your-digital-marketing-campaign/>