

ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ «МАРКЕТИНГ»*Батюня Ирина Андреевна**Научный руководитель – Зубрицкий А. Ф.*

Маркетинг в переводе с англ. означает «действие на рынке», т.е. деятельность в сфере рынков сбыта. В классическом понимании маркетинг - это, прежде всего предпринимательская деятельность, связанная с продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю. Современные специалисты в сфере экономики рассматривают его в более широком смысле - как философию бизнеса, определяющую стратегию и тактику фирмы (предприятия) в условиях конкуренции.

Становление маркетинга как науки связано с выделением его в самостоятельные курсы в начале XX века в ведущих университетах США: Гарвардском, Иллинойском, Мичиганском. Первоначально, основное внимание уделялось вопросам организации сбыта, торговли и рекламы. Ограниченность такой трактовки стала очевидной после кризиса 1929 – 1933 г.г. Успешному внедрению идей маркетинга в предпринимательскую деятельность способствовало создание в 1926 г. Национальной ассоциации маркетинга и рекламы США, в 1973 г. переименованной в Американскую ассоциацию маркетинга.

Эволюция маркетинга как науки так и практики не могла не скажаться на формулировках определения понятия маркетинг. В экономической литературе можно выделить классические и современные определения маркетинга. В классическом понимании он определяется либо как предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю или пользователю, либо как социальный процесс, посредством которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги путем их разработки, продвижения и реализации".

В настоящее время курс маркетинга преподается практически во всех высших учебных заведениях стран с рыночной экономикой. Активную роль в пропаганде идей маркетинга играют национальные и международные ассоциации, в том числе Европейское общество по изучению общественного мнения и маркетинга, Институт маркетинга в Великобритании, Индийский институт маркетинга и управления.