

Стадии развития маркетинга

1. На производство
товара, когда ставили во
главу
угла производство -на
рубеже XIX
и XX вв.;

2. На продажу
товара,
при этом главной
была
проблема сбыта -
20 - 30-е
годы XX в.;

3. Не просто продать
товар,
а удовлетворить
спрос на него - 50 -
60-е
годы XX в.