

أسلوب يعتمد على الدراسة العلمية لأذواق المستهلكين لنقل السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك وتحديد الطرق التي تسعر وتروج وتوزع هذه السلع من أجل إشباع رغبات المستهلكين