

ثانياً: التطور التاريخي للتسويق (الفلسفات التسويقية) ظهر التسويق نتيجة التطورات التي شهدتها المجتمع و في ظل الأزمات التي تعرضت لها البشرية على مرور الزمن. فيرى بعض الخبراء أن التسويق شهد ثلاث مراحل أساسية المرحلة الأولى تمتاز بهيمنة الإنتاج من الثورة الصناعية إلى أزمة (1929)، المرحلة الثانية انطلقت ما بعد أزمة 1929 إلى غاية الحرب العالمية الثانية وهي مرحلة هيمنة البيع.