

تعني داخل أو ضمن، وهي 'MARKETING' التي تعني السوق و 'Mercari' كلمة تتألف من مصطلحين وهما 'Mercatus' كذلك كلمة مشتقة من الكلمة الالاتينية 'Mercatus' و معناها المتاجر، 'Mercari' ومعنىها السوق وكلمة السوق مشتقة من 'Mercatus' والتسمويق لغة طلب السوق للبضائع والخدمات، وسوق البضاعة أي صدرها أي طلب لها سوقا. ارتبط تعريف التسويق سابقا بعمليات البيع والشراء أو إعلان أو أي من النشاطات التسويقية أما الآن تطورت المفاهيم التسويقية وأصبح المفهوم المعاصر للتسويق يشتمل على كل ما يتعلق بخلق المنفعة وإشباع الحاجات والرغبات . التسويق باختصار هو "تلبية الاحتياجات بشكل سلس". ويعتبر أول تعريف حظي بقبول واسع من الأكاديميين هو ذلك التعريف المقدم من الجمعية الأمريكية للتسويق سنة 'AMA' مربح".
يُعتبر أول تعريف حظي بقبول واسع من الأكاديميين هو ذلك التعريف المقدم من الجمعية الأمريكية للتسويق سنة 1960 بأأن التسويق هو: "جميع أنشطة الأعمال التي توجه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي أو المستعمل لكن رغم أهميته فقد تعرض للعديد من النتقادات أهمها: - أنه تجاهل دور التسويق في المؤسسات الخدمية التي ال تهدف إلى تحقيق الربح؛ - أنه لم يحدد أنشطة مؤسسات الأعمال؛ - قلل التعريف من دور رجل التسويق في العملية التسويقية؛ - أهمل دور المستهلك في التأثير على عملية الإنتاج حيث اعتبره مرحلة الحقة يأتي بعدها. لذلك قامت الجمعية الأمريكية للتسويق سنة 1985 بوضع تعريف ثانى للتسويق بغية تجنب فحالت أن هـ: "العملية الخاصة بالتخفيط، الأفكار أو السلع أو الخدمات الالزمة إلتمام عملية التبادل، وهي التي تؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد هو "عملية تحديد الاحتياجات وتلبيتها بالسلع أو الخدمات المناسبة،
خلال تصميم المنتج وتوزيعه والترويج له، إما كعمل تجاري أو كمنظمة غير ربحية". كما عرفت دائرة التسويق في جامعة Ohio الأمريكية التسويق بأأن: "العملية التي توجد في المجتمع والتي يمكن بواسطتها التنبؤ وزيادة وإشباع هيكل الطلب على السلع أن التسويق باختصار هو Philip Kotler والخدمات الاقتصادية من خالل: والتوزيع المادي لتلك السلع والخدمات". كما أضاف "النشاط الإنساني الذي يهدف إلى إشباع من خالل التعريف السابقة يتضح أن المفهوم التسويقي يقوم على مركبات أساسية أهمها: - أن التسويق ينطلق ويقوم على حاجات ورغبات المستهلكين؛ - أن يتم التركيز على أن المستهلك أساس بناء الاستراتيجيات التسويقية؛ - أن التسويق يجب أن يكون هو الموجه الأساسي لفلسفة المنظمة؛ - أن الوظائف الإدارية داخل المنظمة يجب أن تتكامل مع التسويق لتحقيق أهداف المنظمة؛ - أن التخفيط الجيد ودراسة السوق من مقومات نجاح الوظيفة التسويقية؛ - أن مسؤولية التسويق والاهتمام به يتعلق بكل المستويات داخل المنظمة؛