

História do Marketing Parte I

Compreender a História do Marketing, como disciplina, é significativo porque ajuda a definir as linhas de base sobre as quais mudanças podem ser reconhecidas, e a entender como a disciplina evolui em resposta a essas mudanças. A prática do Marketing é conhecida há milênios, mas o termo "marketing" usado para descrever as atividades comerciais de compra e venda de produtos ou serviços entrou em uso popular no final do século XIX. O estudo da história do Marketing como um campo acadêmico surgiu no início do século XX.

Mas embora a ascensão da cultura e do marketing de consumo na Grã-Bretanha e na Europa tenha sido estudada extensivamente, menos se sabe sobre desenvolvimento em outros lugares. No entanto, pesquisas recentes sugerem que a China exibiu uma rica história de práticas de marketing precoce, incluindo *branding*, embalagem, publicidade e sinalização de varejo.

A partir de 200 a.C., a embalagem e a marca chinesas foram usadas para sinalizar à família, os nomes de lugares e a qualidade do produto, e o uso da marca do produto imposta pelo governo foi usado entre 600 e 900 d.C.. Eckhart e Bengtsson argumentaram que durante a dinastia Song (960-1127), a sociedade chinesa desenvolveu uma cultura consumista, em que um alto nível de consumo era atingível para uma ampla variedade de consumidores comuns, em vez de apenas a elite.

A ascensão de uma cultura de consumo levou ao investimento comercial em imagem de empresa cuidadosamente gerenciada, sinalização de varejo, marcas simbólicas, proteção de marca registrada e os conceitos de marca Baoji, Hao, lei, Gongpin, Piazi e Pinpai, que mais ou menos equivale aos conceitos ocidentais de família status, classificação de qualidade e defesa dos valores tradicionais chineses. A análise de Eckhardt e Bengtsson sugere que as marcas surgiram na China como resultado das necessidades e tensões sociais implícitas à cultura de consumo, nas quais as marcas proporcionam status social e estratificação.



Placa de bronze para imprimir uma propaganda para a loja da agulha da família de Liu em Jinan , dinastia de canção China. É considerado o meio de publicidade impressa mais antigo do mundo.

Fonte: google

Aluna: Jossimara S. Lima

Curso Tecnologia em Marketing

Professora/Coordenadora: Luciana Südickum Raymundo Laska

03/10/2018