

SEIS DÉCADAS AVANZANDO Y APRENDIENDO

American Marketing Association

Asociación Americana de Marketing

1937 a 1997

Introducción

Encabezando la profesión... Aprendizaje intensivo para los miembros.

"Yo era profesor de Marketing en la Universidad de Western Ontario (Canadá) cuando me uní al AMA; ayudé al comienzo del agrupacion y a la programación.

El AMA me interesó porque me ofreció una oportunidad para encontrar a otra gente de Marketing. Yo iría a todas las agrupaciones e intercambiaría ideas con otros profesores de Marketing; por ello, me sentí en lo mas alto. AMA Publications también me mantenía a la última hora sobre la industria. Leía el Journal of Marketing desde la portada hasta el final, y también Marketing News me tenía al tanto de los nuevos descubrimientos."

—S. Watson Dunn, miembro del AMA desde 1947

Era 1937. Un estudiante de Derecho transformaría nuestras oficinas con su invención de la xerografía, @presaging la fotocopiadora; y la automatización cambiaría nuestro estilo de vida con aquellos aparatos como el Miracle Mixer (nombre del Waring Blendor). La comodidad del consumidor era nuestro proverbio cuando la Pepperidge Farm introdujo las mercancías envasadas, enlatado Spam mejoró nuestras alacenas, los carritos de la compra hicieron la venta de frutas más fácil, y los trampolines nos dieron ejercicio y diversión.

A la vez, el AMA emergía.

AMA fue asesor/perfeccionador de una gran porción de grupos de negocios y educadores de este siglo, recuerda uno de los miembros de mas antigüedad George Hay Brow, que fue el presidente del AMA en 1951–52. Entre otros, esos grupos incluyeron el National Association of Teachers of Marketing y la American Marketing Society.

"Lo que unió a esa gente era su interés común en temas de Marketing" Comenta Brown. "A través de los años, sobreponiendo miembros y publicaciones, los grupos encontraron que la unión era la mejor estrategia."

La interrupción por la Primera Guerra Mundial

La primera Guerra Mundial interrumpió el progreso de lo que iba a llegar a ser el AMA. Otros grupos formados para educadores, la gente que se comprometió en los primeros días de investigación, y la gente de negocios que querían discutir sobre Marketing. Un grupo era la National Association of Teachers of Advertising (NATA). El Marketing no surgió totalmente como una disciplina de estudio en el mundo académico, como se reflejaba en el nombre de NATA; sin embargo, como los profesores de Marketing se implicaron en la organización, la palabra Marketing se añadió posteriormente a su nombre para crear el NATMA.

El NATMA, que plantó sus raíces en 1915, y la American Marketing Society, que comenzó en 1931, se

combinaron en 1937 para formar la American Marketing Association. En cada grupo habían sobre 300 miembros, resultado un total de 684 miembros en la nueva organización. Los grupos habían compartido publicaciones y autores al igual que miembros, y sus dificultades financieras hicieron una fusión atractiva. La recién formada AMA se creó para "el avance de la ciencia en el Marketing," y enfatizó el estudio, la investigación, planificación, los descubrimientos, su conservación, diseminación, y el uso de los conocimientos de Marketing para mejorar métodos de Marketing y la gestión.

Surgen las reuniones de miembros

Las reuniones de miembros eran una parte importante del desarrollo y expansión del AMA. Antes de creación del AMA, Filadelfia alojó la primera reunión del AMS en 1931, y le siguió la ciudad de Nueva York una semana después. Después de la fusión, la agrupación de Cincinnati (organizada como Southern Ohio), Chicago, y San Francisco (organizada como Northern California) surgieron rápidamente. Actualmente 89 reuniones profesionales y 380 reuniones de estudiantes suponen una base fuerte para los logros y servicios del AMA.

Frank R. Coutant, quien llegó a ser conocido como "el George Washington del AMA," fue el primer presidente, seguido por Fred E. Clark en 1938. En vez de simplemente pasar el mando, Frank dio a Fred un par de @ @overalls, para simbolizar que Fred era un funcionario de trabajo de AMA, que era una organización informal y de manga corta.

El AMA ha llegado a ser la organización más prestigiosa del mundo en Marketing, con actuaciones concretas en una variedad de funciones de Marketing, compañías, universidades, y otros foros.

El AMA y el Marketing han disfrutado unos 60 espléndidos años -- avanzando y aprendiendo juntos.

LOS HITOS DEL MARKETING

Substraído del discurso de Philip Kotler, publicado en Marketing News el 31 de Julio de 1987

Los años 50

- El Marketing–Mix, propuesto por Neil H. Borden en 1950.
- El ciclo de vida del producto, definido por Joel Dean en 1950.
- La imagen de marca, introducida por Sidney J. Levy en 1955 y dada a conocer por David Ogilvy.
- Segmentación del mercado, promovida en 1956 por Wendell R. Smith.
- El concepto de Marketing, planteado por John D. McKitterick en 1957.
- La auditoría de Marketing, propuesta por Abe Shuchman en 1959.

Los años 60

- Las cuatro P's de clasificación del Marketing–Mix --product, price, place, y promotion -- introducida por Jerome McCarthy en el 1960 y expandida por otros.
- Marketing Myopia, en 1961 por Theodore Levitt.
- Los estilos de vida, adaptados desde un concepto sociológico por William Lazer en 1963.
- La teoría del comportamiento del comprador, introducido por John Howard y Jagdish Sheth en 1967.
- El concepto ampliado del Marketing, avanzado por Sidney J. Levy y Philip Kotler en 1969.

Los años 70

- El Marketing social, introducido por Gerald Zaltman y Philip Kotler en 1971.
- DeMarketing, introducido por Sidney J. La recaudación y Philip Kotler en 1971.

- Posicionamiento, identificando por Al Ries y Jack Trout en 1972.
- El Marketing estratégico, una propuesta fuera del concepto estratégico y planificador propuesto por el Boston Consult Group a principios de los 70.
- El Marketing social, una manera socialmente responsable de hacer negocios, reflejando una tendencia general hacia el humanismo.
- MacroMarketing, desovó con respecto a problemas sociales crecientes tal como consumismo y environmentalism.
- Marketing de servicios, traído a la luz por Lynn Shostack en 1977.

Los años 80

- La comercialización de contienda, investigada por Ravi Singh y Philip Kotler en 1981; publicado posteriormente por Al Ries y Jack Trout.
- Marketing interno, introducida por Christian Gronroos en 1981.
- El Marketing global, propuesto por Theodore Levitt en 1983.
- El Marketing local, revitalizado por Campbell Soup Co., Nabisco, General Foods, y otros.
- El Marketing directo, expandido más allá de la venta door-to-door y el correo directo incluyendo el party selling, teleMarketing, la compra a través del televisor, y más.
- Marketing relacional, destacado por Bárbara Fund Jackson en 1985.
- MegaMarketing, introducido por Philip Kotler en 1986.

TIMELINE – A LO LARGO DEL TIEMPO

1936

Debutando: La publicación del primer ejemplar del Journal of Marketing precede a la fusión de NATMA y AMS, editores de Vol. 1, No. 1. El primer editor jefe es Paul H. Nystrom de la Universidad de Columbia.

Las primeras comparecencias en el mercado: Vitamin Plus (la primera vitamina en píldora), el caramelo Chunky, los libros Penguin, y las hojas de sellos que ofrecía una variedad de escenas, en vez de una sola.

1938

La alianza de larga duración: La Agencia de EE.UU. del Censo pide que AMA ayude a unificar las definiciones de Marketing usadas en todas las agencias de gobierno; después de ello, varios presidentes del AMA y los vice presidentes sirvieron como directores de agencia, siendo el primero George Hay Brown en el 1970.

Entradas notables: El nylon (primero en cerdas para el cepillo de dientes; luego para revolucionar la ropa femenina), lámparas fluorescentes, la patente para el primer bolígrafo, y el café instantáneo de Nestle. También aparecen las primeras máquinas eléctricas pinball.

1940

Cumpleaños feliz: AMA consigue en 3 años 817 miembros y 11 agrupaciones.

Otros hechos: La tira cómica de Brenda Starr, y el primer conjunto de TV comercialmente viable.

1941

Aún vivos: Durante la segunda guerra mundial, muchos miembros del AMA sirven en la guerra. "Este era un período de pugna para mantener la asociación viva," recordó en 1941 el presidente del AMA Howard T.

Hovde. Aún así, los miembros aproximadamente se duplican durante los próximos cuatro años.

Otros hechos: " Las Bug Bombs" con pesticidas se venden en aerosoles en lata, las pilas comienzan a estar disponibles, y la TV comienza a mostrar anuncios.

1945

Los dolores del crecimiento: El AMA tiene 1,557 miembros. Las cuotas eran de \$5, y \$2 se destinaban al Journal of Marketing.

Adelantos adicionales: Las lentes de contacto, Tupperware, y las comidas precocinadas y congeladas hallan un mercado y todavía se siguen vendiendo en la actualidad.

1946

Lea todo sobre el tema: El Monthly News Bulletin, el predecesor de Marketing News, comienza. "Nosotros creemos que usted debería aprender a observar el AMA como algo más que una sociedad profesional que publica un diario trimestralmente," escribió el presidente del AMA Lyman Hill.

La primera agrupación: La agrupación de Montreal se forma, la primera fuera de las fronteras de los EE.UU.; Toronto le sigue.

Más hits: La primera aparición de las máquinas de café expresso, Estee Lauder de cosméticos, galletas Sunshine, y la cámara instantánea de Polaroid.

1947

Damas al poder: " La Primera Dama " Marguerite Kent se convierte en la primer miembro del personal; ella trabajó en Universidad de Chicago para el secretario entrante de la Junta del AMA George Hay Brown (profesor de la Uni. De Chicago).

Todavía creciendo: Los miembros alcanzan la cifra de 2,760; Kent comentaba, "El AMA estaba esperando despegar, y lo hizo. Cada vez que abría un sobre y caía una, chillaba."

Los alimentos favoritos: Los consumidores disfrutaban de los Almond Joy, así como también de los productos Redi Whip and Chung King. El limpiador de Ajax, el procesador alimentario y el Land Rover llegan.

1948

El movimiento juvenil: La universidad de Illinois en Champaign establece la primera agrupación de estudiantes, el Illini Marketing Club.

Más mujeres en el mando: Las agrupaciones de St. Louis y el Sur de California tienen presidentes femeninas, Bee Angell y Jessie Locke Moffett.

Más adelantos: McDonald's aparece (antes de que Ray Kroc franquiciara el restaurante en 1955), mientras la cadena Baskin–Robbins abre.

1949

El regreso a casa: El AMA tiene una oficina central – El despacho en el Hyde Park Bank Building en el 1525 E. 53rd St. en Chicago no está preparado, y el AMA consigue una oficina provisional.

Para la diversión: La Silly Putty se vuelve comercialmente disponible. Revlon lanza su popular lápiz de labios "Fire and Ice". Las tartas de queso Sara Lee añaden la masa de pizza al postre.

1950

Nuevas alturas: Los miembros del AMA sobrepasan los 3,800.

Los adelantos: Las creaciones incluyen la tarjeta Diner's Club para el restaurante Weber Grill. Las palomitas dulces y el Arroz Minute complacen paladares, y la Xerox vende una fotocopiadora que se convierte en una parte integral de las oficinas.

1953

Creando un camino: AMA contrata su primer director ejecutivo, William Catron "Jack" Gordon. Los miembros alcanzan los 4,700.

Qué esta pasando: Las guías de TV tanto como las TV en color se vuelven ampliamente disponibles; surgen las películas y caricaturas tridimensionales. Los hornos de microondas entran en los restaurantes (únicos solo mas tarde entrarian en los hogares).

1959

Grandes ganancias: Los miembros alcanzan la cifra de 7,000.

Nuevas tendencias: Coors es el primero en vender cerveza en latas de aluminio, mientras que los Frisbees vuelan en innumerables patios, detrás de las casas y en los parques. Y las Barbie's se vuelve las mejores amigas de las niñas.

1964

Lo primero: El Journal of Marketing Research se lanza para "tratar los aspectos técnicos de la investigación en el Marketing e interpela a la gente orientada a la investigación El primer editor es Robert Ferber de la Universidad de Illinois, en Champaign.

Haciendo progresos: Se prohíben los anuncios de cigarrillos en revistas, programas deportivos o en la radio. Los artículos de consumo incluyen las Pop tarts, Lucky Charms, la piña Dole. IBM introduce su computadora 360. La ropa Permanent Press es la última innovación. Los G.I. Joe se vuelven los juguete preferidos de los muchachos.

1966

Abriendo las velas: La primera conferencia sobre investigación sobre la conducta tiene lugar cerca de las islas Bermudas. El presidente del AMA Robert J. Lavidge recuerda, "Los esfuerzos de los participantes, especialmente los oradores, para mantener su compostura y retener sus almuerzos durante el día o dos cuando el buque era azotados por una tormenta del Atlántico Norte nunca serán olvidados."

Al mismo tiempo: Primer Consorcio Doctoral del AMA.

Más miembros: Los miembros crecen hasta los 12,250.

Creando la escena mercantil: Taster's Choice Coffee, las pletinas de cassette stéreo, las tablas Ouija y skateboards atraen a los consumidores. La cara amarilla y sonreiente que ilumina las mañanas a todos surge en

el departamento de Marketing de una emisora de radio de Nueva York.

1967

Elaborando noticias: Marketing News debuta en Octubre, sustituyendo al Monthly News Bulletin.

Montando un cambio: "Betcha can't eat just one," declaran los anuncios de las patatas fritas Lay's. Los microondas empiezan a estar disponibles para el hogar, y los relojes de Mickey Mouse están en el mercado.

1970

Nueva conferencia: Se celebra la primera convencion de estudios de Márketing Agroindustrial.

Moviendose hacia delante: Por estas fechas el AMA tiene 18,380 miembros, 63 agrupaciones profesionales, y 190 agrupaciones estudiantiles.

La Diosa de la fortuna: La lotería ofrece 1 millón de \$ de premio. La fabricacion del VCR cea una revolucion en los hogares. En una estratagema comercial, Golo Footwear vende 100,000 las botas de cuero en dos meses.

1972

Una nueva visión: El AMA adopta la "Flame of Marketing Knowledge" como logotipo, que crea la Lawrence Muesing Design en Chicago.

Datos relevantes: Hay 6,748 establecimientos de comida rápida en todo el país. Magnavox introduce "Odisea," el primer videojuego. Aparece la primera calculadora de bolsillo, para el beneficio de numerosos operadores en todos lados.

1974

Praiseworthy de cumplimento: AMA introduce sus Juicios de Agrupacion Programan para reconocer realizaciones pendientes.

Clave a lo: El Poste Práctico – anota nace, así como también Rubik's el Cubo, que guarda jugadores ocupó – – o agravó – – durante horas.

1975

El sabor Internacional: 160 AMA de miembros visitan la Unión Soviética. Tropieza a Rusia, Japón, Taiwan, Hong Kong, Checoslovaquia, Hungría, Austria, Inglaterra, Francia, y la China sigue, para desarrollar corbatas más fuertes con comercializar organizaciones en esos países.

Otras opiniones: Una encuesta nacional muestra los ciudadanos tienen menos fe en líderes del país. Los registros digitales, navajas disponibles, la Cima de Cocina Atiborrando, y el primero la computadora personal registra el mercado. Los sindicatos favoritos de genio y rocas son ++best-selling @@fads.

1977

La Información por favor: AMAS biblioteca/ el centro de informe abre.

La elección de consumidor: Los precios altos causan boicots de café. Los procesadores alimentarios,

enfrascados agua, y CB de radios hacen comercializar @+noticias. El primero genérico de productos introdujo en Chicago.

1979

La rueda de estudiante: El Estudiante que Comercializa los estrenos de Consulta y vuelve el AMA simple más extenso hecho anual.

El registro – haciendo: AMA los miembros profesionales golpea 21,181.

El hogar a último: AMA mueve a 250 S. Wacker Maneja, Chicago, su hogar actual, después de cuatro locaciones anteriores.

La insania de microcomputadora: Más de 315,000 microcomputadoras venden en los Estados Unidos. Sony introduce un pronto – a – ser éxito, el Walkman personal

++stereo y grabar jugador. El estreno borrable de bolígrafos.

1981

Con honradeces: Alpha Mu Alpha, un honorario de estudiante que comercializa sociedad, lanzamientos. Aproximadamente 160 escuelas de negocio participan.

Viendo doble: Los miembros colegiales y profesionales casi duplica a 43,000, comprendiendo 82 agrupaciones profesionales y 368 agrupaciones colegiales.

El primero de facultad: AMA establece el Consorcio primero de Facultad, conducido por Len de Baya.

Los pasatiempos favoritos: El Seguimiento Frívolo embarca la popularidad de juego prueba chasquido cultura de influencia. La computadora juega Burro Kong de estrenos, otra adquisición popular.

NutraSweet está en almacenes e IBM introduce su computadora personal.

1982

La elaboración de un hito: AMA de miembros golpea un alto de 50,760; los estudiantes comprenden 24,890 de esos miembros.

Que computar: Las ventas de computadora personal golpean 3 millones. Kodak produce una automático todavía cámara. EUA Hoy golpea las prensas, y Sony produce el primero @@camcorder, introduciendo una grande nueva tendencia.

1983

La edición especial: La Edición de Estudiante que Comercializa los lanzamientos de @+noticias, entonces vuelve Edición Colegial que Comercializa @+noticias; luego estudiantes reciben emisiones de miembro titular.

Caliente fuera el posterga: El Rayo Ban® de gafas contra el sol, no – caféina los enfriadores de vino y sodas son los golpes con consumidores. El Repollo Remienda los Niños causan un Christmastime precipitan – –

los almacenes no pueden abastecer suficientes de los querubes mofletudos.

1985

La mercadotecnia definida: "El proceso de planificar y ejecutar la concepción, valuación, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear cambios

que satisfacer objetivos individuales y orgánicos," es la nueva definición comercial el AMA de junta aprueba.

La nación DE TV: A.C. Nielsen Co. los informes que los niños miran 27 horas y 21 minutos de semanal DE TV. En un mayor que comercializa @ @miscue, Coca-cola Co. inventa Nuevo Coque,

que bombardea; de tres meses luego la compañía restablece Clásico de Coca-cola. El hogar que compra redes toma fuera sobre EL TV.

1986

Una ganga: AMA adquiere el Diario de salud pública Comercializando. B.J. Dunlap de Appalachian Universidad de Estado en Boone, N.C. es el editor primero; luego vuelve un la revista, y en 1997 consigue un nuevo nombre, Servicios de Salud de Mercadotecnia.

El juicio anunció: El AMA institue el Wayne DE A. Lemburg Adjudica para Disting-uished Mantiene -- para miembros y personal. Lemburg era AMA Defecto Ejecutivo

El presidente desde 1969-1988.

Una mirada adelante: De mercadotecnia en el Año 2000 estudio identifica futuros desarrollos y su impacto sobre el negocio, gobierno, y educación.

La autoridad del medio: Un TV Excelente de Escudilla ad manda \$1.1 millones. La piza de microonda vuelve un favorito de consumidor.

1987

Marguerités monumento: El AMA nombra su biblioteca para su fundador, Marguerite Kent -- quien había comenzado por acumular unos @@bookshelf de recursos. La biblioteca incluye aproximadamente 3,850 volúmenes, 48 giradores de archivo, y maneja más de 11,700 informe pide anualmente.

Fabuloso a cincuenta: AMA marca su 50th aniversario con 19,000 miembros de estudiante y 27,000 miembros profesionales.

El video variedad: Sega introduce el juego de video tridimensional primero, comenzando un lucrativo nuevo mercado, mientras Fuji de Foto Filma EUA SA. desarrolla la cámara disponible primera.

1989

Yendo brillante: AMA introduce su primero no - diario de periódico, la investigación de mercado, redactada por Saquea W. ONEILL, Roper Almidona Mundial, Nueva York .

El Cliente e Investigación de Comportamiento Satisfacción y Calidad las consultas de Medida se introducen.

La portabilidad: Los juegos de video consiguen menores; ahora alguien puede llevar un Nintendo Muchacho de Juego alrededor. Las lentes de contacto disponibles hacen vida más fácil para millones.

el 1990

Una familia creciente: AMA obtiene Diario de Política Pública & Comercializando. Patrick E. Murphy de la Universidad de Notre Dame es el editor. La Investigación Avanzada El Tribunal de Técnica (el Tribunal DE ARTE) comienza.

El teclado entusiasmo: El ofertas de ratón de teclado indica y @@click conveniencia. Reebok's el caliente nuevos zapatos de lona contienen una bomba de aire. Algunos productos de atún son el delfín – libre, respondiendo a intereses de consumidor. El coque y Pepsi introduce 2–liter recipientes plásticos recirculados. Los estrenos interactivos DE TV.

1991

Creciendo globalmente: El Negocio Europeo central y el Oriental Proyecto de Biblioteca provee libros al día a bibliotecas de negocio en países con una escasez de material sobre de mercado libre prácticas y teorías de negocio.

La mercadotecnia de de rancho: McDonald's introduce el McLean, pero clientes como la alta – grasa @@burgers mejor. Los teléfonos celulares reúnen el mercado masivo. Digital Alto Los estrenos DE TV de definición.

1992

La fundación forma: AMA de Fundación fomenta el desarrollo y la adopción de comercializar prácticas que la sociedad de beneficencia, especialmente en naciones que están en la transición a economías de mercado libre, así como también en el EE.UU. y Canadá.

Un nuevo lanzamiento: AMA de lanzamientos que Comercializan revista de Dirección debajo el @@editorship de Carolyn Neal, Atlanta, Ga.

El reinado morado: Barney el dinosaurio es un golpe enorme con niños y chispea un mayor que comercializa campaña. El coque y Pepsi introduce bebidas claras. El Catador

Las corridas @+elección el comercial primero DE TV consecutivo, que tiene espectadores preguntando si que la pareja en cuestión consiga siempre junto.

1994

El oleaje arriba: AMA introduce su @@website: @@http://www.ama.org.

El edificio de una tela: Los servicios conectados tal como Prodigio y CompuServe atrae consumidores en el Internet. Pre – las @+pago tarjetas de teléfono llegan a ser populares. La Autoridad Macintosh halla un nicho.

1996

El encuentro Internacional: AMA auspicia el primero – siempre de reunión de comercializar los líderes de sociedad que representan 19 países.

Mono @@critters: Beanie de Nenes llegan a ser gente tan popular hace cola para comprar las @@fuzzy criaturas. Panasonic lanza unos \$10 millones que comercializan campaña para su digital el jugador de disco de video.

1997

La donación importante: Madhuri y Jagdish N. Sheth de Fundación dota AMA Consorcio Doctoral con una donación de \$600,000 al AMA

La fundación para apoyar el adelanto de la disciplina comercial. El programa es ahora conocido como el AMA–SHETH Consorcio Doctoral de Fundación.

Nuevo periódico: El diario de Internacional adquisición de Mercadotecnia hace lo el AMAS cuarto periódico académico.

Futuro pronóstico: AMA continúa para crecer y prosperar.

Cada intento se ha hecho para verificar fechas y @@timeline informe.

Servicio de Publicaciones del AMA

Diario de Marketing. Publicación Americana

Noticias de Marketing

Granja Pepperidge

Asociación Nacional de Profesores de Marketing

Asociación Americana de Marketing

De 1900 a 1900

Asociación Nacional de Profesores de Publicidad

Sur de Ohio

Norte de California

Producto

Precio

Lugar

Promoción

La Miopía del Marketing

Grupo de Consulta de Boston

Buscar Humanismo

Puerta a Puerta

Venta asociada a reuniones de amas de casa

Conocido como Teletienda

2ºE3/2EM2 U. ANTONIO DE NEBRIJA

MARKETING C.U. ESTEMA

Trabajo Individual 12 16/07/