

OBSAH

ÚVOD	7
1 KRÁTKY PREHĽAD VÝVOJA SVETOVEJ VŠEOBECNEJ TEÓRIE MARKETINGU AKO RÁMCA NA VZNIK A VÝVOJ SLOVENSKEJ TEÓRIE MARKETINGU	9
1.1 Prehľad vzniku a vývoja všeobecnej teórie marketingu	10
1.2 Vývojové etapy marketingu	15
1.3 Marketing ako veda a ako teória	24
2 VZNIK A VÝVOJ SLOVENSKEJ TEÓRIE MARKETINGU	29
2.1 Prvá etapa vývoja – etapa vzniku slovenskej teórie marketingu (1964 – 1971)	29
2.2 Medziobdobie vo vývoji slovenskej teórie marketingu (1972 – 1989 – spiace roky)	55
2.3 Druhá etapa vývoja slovenskej teórie marketingu (1989 – 2014)	63
3 TERMINOLÓGIA SLOVENSKEJ TEÓRIE MARKETINGU V SÚČASNEJ ETAPE JEJ VÝVOJA	100
3.1 Terminológia slovenskej teórie marketingu ako predmet vedeckého skúmania marketérov a jazykovedcov	112
ZÁVER	121
LITERATÚRA	122