



Sérgio Luis Ignácio de Oliveira

**A Influência da Filosofia e das Ciências nos Primeiros Estudos de Marketing no
Início do Século XX.**

Orientadora: Profa. Dra. Ana Maria Haddad Baptista

Este projeto de doutorado em História da Ciência, que dá continuidade e um aprofundamento dos estudos desenvolvidos no mestrado, deverá delimitar com maior exatidão o surgimento dos primeiros estudos em Marketing que ocorreram em universidades norte-americanas no início do século XX. Deverá, inclusive, investigar a importância dos elementos contextuais para gerar uma demanda por esta nova área de conhecimento e também, como as ciências e o pensamento filosófico da época foram importantes influenciadores na formação de conceitos e teorias em mercadologia.

Para atingirmos os objetivos propostos em nosso projeto fez-se necessário o levantamento de várias obras de marketing, de filósofos e pensadores da época, assim como também de vários pensadores mais ligados à História da Ciência.

Como não temos autores que tratam a história do marketing pelo viés estritamente filosófico e científico, os documentos que trabalhamos são aqueles relacionados com a história do marketing como a obra *The History of Marketing Thought* de Robert Bartels e o artigo *Can Marketing be a Science?* Publicado no *Journal of Marketing* do mesmo autor publicado em 1951.

