



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

现代营销学原理

营销环境

主讲：王学辉

目录



在线开放课程

3.1 宏观环境

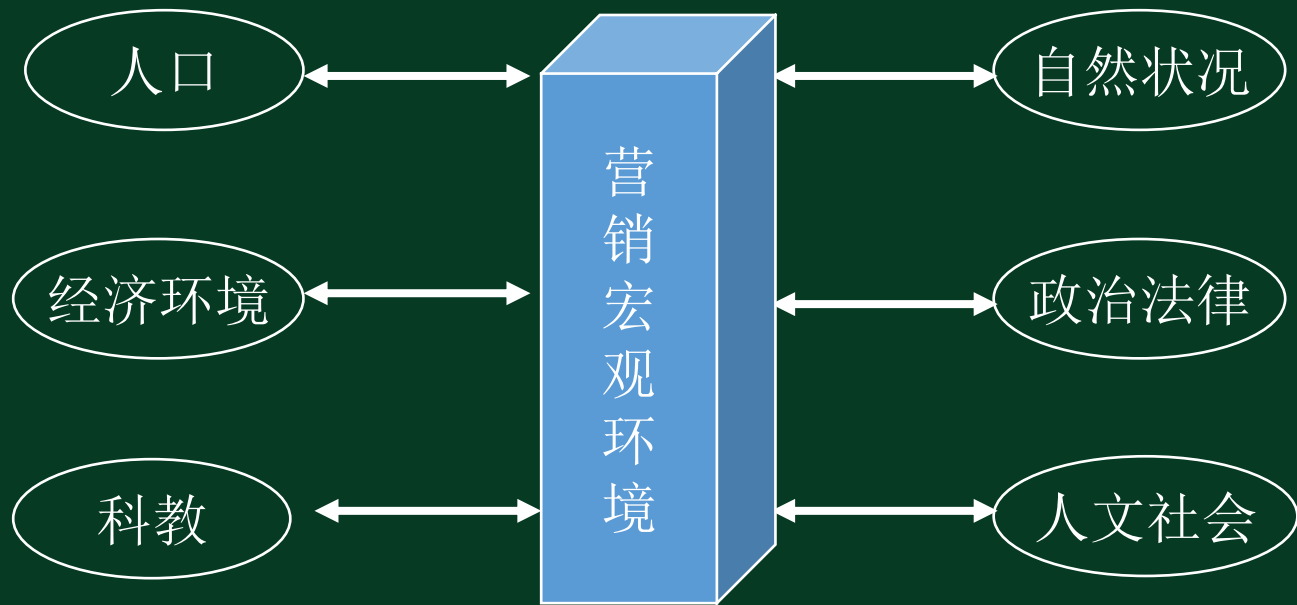
3.2 微观环境

3.3 企业内部营销环境

3.1 宏观环境

宏观环境是企业营销活动的大的社会背景，宏观环境制约和影响营销活动的载体平台——市场。环境及其变化造就市场机会也给营销企业带来各种威胁和压力。

宏观环境一般从以下6个方面分析考察：



3.2 微观环境

微观环境是企业营销活动直接相关的外部因素，同样具有不可控的属性。与企业的营销活动直接相关的外部因素，包括以下4个方面：

- 供应者
- 商业中介组织
- 顾客或用户
- 竞争者

3.3 企业内部营销环境



在线开放课程

- 协调营销部门与其他职能部门的关系是优化企业内部营销环境的基本要求。

小结



在线开放课程

- 营销环境：宏观、微观、企业内部

