

### 第三章 市场营销与品牌管理

#### 考情分析

本章主要介绍了与市场营销相关的一些简单概念和知识。近年考试题型涉及单项选择题、多项选择题和案例分析题，但几类题型考核难度不大，个别知识点还会涉及简单地计算题，大约考核 18 分左右。

#### 第一节 市场营销环境

##### 考点一 市场营销宏观环境和微观环境

环境	具体内容
宏观环境 (间接影响)	<p>1. <b>人口环境</b>，如人口总量、地理分布、年龄结构、性别结构、民族构成</p> <p>2. <b>经济环境</b>，如收入因素、消费支出、储蓄与信贷、经济发展水平</p> <p>3. <b>自然环境</b>，如自然资源的短缺、环境污染日益严重、政府对环境的干预日益加强、公众的生态需求和意识不断增强</p> <p>4. <b>技术环境</b>，如新技术革命使得产品的平均生命周期越来越短，影响零售业结构和消费者的购物习惯，改变了企业经营管理的方式</p> <p>5. <b>政治和法律环境</b></p> <p>6. <b>社会文化环境</b>，如某社会形态下已经形成的民族特征、价值观念、宗教信仰、生活方式、风俗习惯、伦理道德、教育水平、相关群体、社会结构</p>
微观环境 (直接影响)	<p>1. 企业自身</p> <p>2. 供应商</p> <p>3. 竞争者</p> <p>4. 营销渠道企业，如中间商、实体分配机构、营销服务机构、金融机构</p> <p>5. 顾客</p> <p>6. 公众，具体包括外部公众和内部公众</p>

##### (一) 市场营销宏观环境 (间接影响):

人口环境、经济环境、自然环境、技术环境、政治法律环境、社会文化环境。

**1、人口环境**——人口是构成市场的第一因素，人口环境要素如：人口总量、地理分布、年龄结构、性别结构、民族构成等。

**2、经济环境**——经济环境是影响企业营销活动的又一重要因素，包括收入因素、消费支出、储蓄与信贷、经济发展水平等。

#### ◆ 消费者收入的内容

(1) 可支配收入=个人收入-直接负担的各项税费-非税性负担

①直接负担的各项税费：**所得税、消费税**等。

②非税性负担：工会会费、住房公基金等。

(2) **可任意支配收入=可支配收入-维持生命所必需的支出-其他固定支出。**

①维持生命所必需的支出：食品、房租、燃气费、暖气费、水电费等。

②其他固定支出：分期付款、归还贷款等。

(3) 货币收入——消费者收入的总和。

(4) 实际收入——考虑通货膨胀因素之后，这些货币收入所具有的实际购买力，实际收入影响实际购买力。

#### 5、政治法律环境

**6、社会文化环境**——社会形态下已经形成的民族特征、价值观念、宗教信仰、生活方式、风俗习惯、伦理道

德、教育水平、社会道法风尚、相关群体、社会结构等因素构成的环境。