يصنف البعض الشركات بناءً على تعاملها مع بيئتها إلى ثلاثة أنواع: مُغيّرة، مُلاحظة، ومتعجبة. فبعضها يتقبل البيئة التسويقية سلبيًا، مُكتفيًا بتحليلها واستغلال فرصها وتجنب تهديداتها. لكن أخرى تتخذ موقفًا إيجابيًا، مُحاولة التأثير فيها باستخدام جماعات الضغط ووسائل الإعلام لنيل تغطية إيجابية وتأثير التشريعات.

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي