# 2024年市场营销的实训报告(优秀9篇)

来源：网络 作者：夜色微凉 更新时间：2024-08-19

*在当下这个社会中，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。市场营销的实训报告篇一20xx年1月10日20xx...*

在当下这个社会中，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**市场营销的实训报告篇一**

20xx年1月10日20xx年1月14日

20xx年1月10日实习地点在唐山市远洋城；

20xx年1月11日、12日实习地点在唐山学院北校区a座101。

20xx年1月13日实习地点在唐山市丰南区惠达陶瓷股份有限责任公司；

1．使学生了解现代营销的实际情况，进一步巩固所学的理论和专业知识，培养和提高学生对营销的兴趣和认识。

2．接受一次企业营销管理人员的基本训练，为以后学习专业课及适应毕业后的工作奠定良好的基础。

20xx年1月10日，今天是我们实训的第一天。我们在远洋城做了一次市场调研，我们主要对各种商品的促销方式以及促销的内容做了一次简单的了解，其次我们通过对促销员的询问了解了一些关于销售的技巧。通过这次的调研我们可以看到现在的企业都在以各种促销的手段来扩大产品的销售量，这启示我们营销人员必须认真研究消费者的需要以及竞品的促销手段，这样才能在市场竞争中获胜。

20xx年1月11日，今天是实训的第二天，今天我们聆听了唐山骨质瓷有限公司的总经理张志全的关于营销主题的讲座。这次讲座主要有推销自己、推销产品、企业文化对品牌打造的.重要性以及诚信对企业成功的关键性作用四个方面展开。通过这次讲座我们对一些营销案例有了初步的真实接触，其次也是我我们懂得发展自己的重要性，做到要做事先做人。

20xx年1月12日，今天是实训的第三天。昨天的关于营销主题的演讲主要涉及的是张总的个人经历以及他自己总结的销售经验，而今天的讲座将涉及市场营销的专业知识。这次讲座是中国电信唐山分公司高主任给我们做的实习演讲。高主任毕业于市场营销专业是我们的前辈，而且有着丰富的经验。他提到业务员的业绩要靠四方面的因素即能力、关系、勤奋、团队。其中，由以团队为重，优秀的人员往往出自优秀的团队。而且，他认为对于一位销售人员来说，胆量也是其成功的不可或缺的因素。胆量需要经历不断的锻炼，最好有一次刻骨铭心的事件。但是，胆量的历练最重要的还是源自一个人的自信心，所以在做事情的时候有意识、有目的地培养自己的自信心也很重要。在谈到销售时，他讲到了市场营销策略中核心内容4p即产品、价格、渠道、促销和4c即顾客、成本、方便、沟通，将这二者结合起来才能真正的懂得营销从而制定正确的营销策略。然后，我们同高主任进行了提问式交流，对于营销这门学科的实践有了进一步的理解。

20xx年1月13日，我们实习的最后一站是位于唐山市丰南区的全国百强企业唐山惠达陶瓷集团。经历过数小时的颠簸之后我们终于来到了惠达陶瓷集团的门口，随后我们便随着向导一起进入了唐山惠达陶瓷集团的展馆。该展馆内展出了近百件惠达陶瓷集团的各种卫浴产品。整洁干净的环境、先进现代的卫浴设计，深深了吸引了大家的目光。惠达陶瓷集团的营销策略及营销渠道都成为同学们关注的重点。然后，我们与唐山惠达陶瓷集团的人力资源部的马部长进行了长达一个多小时的问答式交流。从马部长的口中，我们更多的了解到了惠达集团的经营理念及营销策略，对于我们日后的学习实践及工作都有极大的帮助。之后由惠达集团的工作人员带领我们参观了惠达集团的生产车间以及生产流水线，通过对生产车间的参观以及工作人员的讲解，是我们对陶瓷的生产流程有了初步了解。在我们参观生产车间期间，惠达陶瓷的每个生产流程都有严格的产品检验设备，可见惠达集团的经营理念，严把质量关全心全意为顾客着想。从中也可以看出惠达始终在努力树立企业的良好形象，打造陶瓷世界第一的品牌。

首先，这次实习启发和引导我们多观察、多思考、多实践，增强了我们的感性认识，提高了我们的实践能力。其次，经过为期四天的认识实习，我对于营销和营销在实战中的应用有了更进一步的认识和理解。营销不是简单的销售，它包括目标市场选择、市场定位、发展产品战略、整合营销等从产品生产前到销售以及售后一系列的内容。市场是千变万化的营销战略要随着其变化而改进，这就需要制定营销战略的人员敏锐的洞察力以及高瞻远瞩的目光。这些能力都是我们缺乏的，需要我们在学好本专业知识的同时多参加实践，在实践中锻炼自己，不断摸索其中的门路。最后，通过这次实习增强自己对营销更浓厚的兴趣，提高了自己观察、思考和实践能力，更加坚信了自己对营销专业的选择。一直以来自己对营销策划就感兴趣，经过这次实习人自己体会到了策划的重要性，增强了自己对未来事业追求的信心。道路是坎坷的前途是光明的，只要怀着一颗求知与不服输的心，相信自己一定能成功。

**市场营销的实训报告篇二**

实习给了我很深的体会，明白了打好基础非常重要，因为基础知识是工作的前提。实际工作与书本知识是有一定距离的，需要在工作不断地学习。即使毕业后所从事的工作与所学的专业对应，仍会在工作中碰到许多专业知识中没有的新知识，所以要想胜任工作，必须边工作边学习，通过不断的学习获取更多新的知识。要有拼搏的精神，人生的道路有起有伏，犹如运动比赛，有开心，有失意，要经得起考验，需要不断的拼搏。而学校要加大教学改革力度。

以社会需求为导向，调整课程设置。实习中了解到，目前社会需要大量的市场营销人才，可是，我们的学生却难以找到合适的岗位。客观表现为企业一般招聘有几年工作经验的人。其实企业的真正需要的是人才，这里折射出来的是：应届毕业生不算是人才。我们不能改变招聘条件，只能使自己成为人才。

学生怎样才能成为人才，是我们教育面临的迫切问题。首先，要研究营销人才的内涵，然后以此调整培养目标、课程设置、教学目标、教学计划、学生知识和素质要求等。要加强就业指导工作，重视就业率，就业率是学院生存的重要基础。但就业率不能敷衍了事，随便推荐一个工作，例如进厂做流水线，只是让学校的就业率上去了，但对学生意味着虚度时日。

毕业实习的结束，意味着四年的大学生活也将结束。在此，非常感谢学校和实习单位给予我实习的机会。通过实习，让我看清自己需要什么，同时也让我吸取了许多工作和社会经验，这将对我以后踏足社会，谋生立业有很好的借鉴和帮助作用。今后，我会带着这些宝贵的经验，在人生的旅途中勇往直前，迎接时代的挑战。

我是一名学习市场营销专业的20\_\_届毕业生，在今年12月25日很有幸被金星啤酒集团录用，成为一名实习业务员，经过培训合格后，我进入了\_\_金星啤酒销售总公司；于是我被派往豫东的太康销售分公司，我从基层的访销员，实习业务员做起，时至今日已有三个月了。

在这段时间里，我不仅学到了很多在书本中学不到的营销知识，也让我个人更加的成熟和坚强；在实习工作中，当我遇到工作中的困难时，曾夜不能寐的思考解决方法，因为我始终相信方法总比困难多；在具体的市场上，曾受到无数次的拒绝和嘲讽，有多少次在深夜里独自一个人哭泣，有多少次已经决定卷铺盖离开；可是第二天又早早的投入到了新的工作当中，因为我始终相信：生命在于坚持，我可以接受失败，但我却拒绝放弃。

就这样，一个月，两个月过去了，我坚持了下来；如今的我已经变的老练和成熟了，在工作中积极向上，善于发现问题，并及时的解决，曾多次受到主管经理和副总的表扬；在具体的市场上，能很好的处理同客户的关系，同时维护好同终端的客情关系，从而让我感受到了营销给我带来的乐趣。

首先，我介绍一下所在市场的基本情况，我所在的太康市场是豫东深度分销的楷模，实行的是大客户与小客户相结合的乡镇代理体制，除了县城的几位大客户外，在每一个乡镇设一个一级经销商，是完全的市场精耕。

其次，我很有幸能够参加20\_\_年啤酒大战，感受啤酒营销，在我们区域市场的主要竞争对手是流通领域的维雪啤酒，餐饮渠道的雪花啤酒，当然了还有其他品牌的啤酒，如青岛啤酒，燕京啤酒等等。

在抢占市场的时刻，在流通领域里铺货时，作为总公司的主打产品金星新一代的促销政策是10带2加1.8升的大豆油，展示两个月，27元/箱；维雪20带3.28元/箱；雪花10带2.28元/箱；竞争是相当的激烈。在县城的每一个终端店都是必争之地，各个厂家都在抢，真是一场没有硝烟的战争!

在餐饮领域的竞争，更是在比拼实力，都在买店，你出3000，我出5000，经过较量我们金星买断了大部分饭店，但也付出了沉重的代价，花费了将近200万买店费。

时止今天，我的实习期已经结束了，在这三个月当中，我付出了很多的辛劳，同时也收获了硕果；由于我在这段时间里表现出色，已成为集团公司的一名正式销售人员，享受国家统筹及优厚的薪酬待遇。

最后，感谢我的母校——\_\_商业高等专科学校，一直以来对我的培养，感谢市场营销系全体老师传授给我的营销知识，感谢三年以来教育过我的所有老师，学生在此向你们敬礼了，你们辛苦了。

感谢当初录用我的集团人力资源总部的段部长和唐部长，同时再次感谢营销部长唐文广先生对我营销知识的指导和教诲。

感谢销售总公司张占波副总对我的关心，感谢主管孙经理对我的培养，感谢太康销售分公司我的同事们一直以来对我的关照，再次向你们致谢。

按照学校的计划，16周是我们的市场营销实训周。这次的市场营销就是对市场进行调查，然后根据调查结果，选择要销售的产品，最后制定价格及销售策略开展校内产品销售。

**市场营销的实训报告篇三**

一、调研概述

（1）调研由来由于超市自有品牌商品在价格和品质上的优势很明显，小到纸巾、纸杯、面包、饮料，大到食用油和床上用品，品种繁多的自有品牌商品在零售市场悄悄蔓延。国内本土超市的自有品牌市场潜力巨大，同样面临这外来超市的竞争压力，我国超市自有品牌商品将以何种趋势发展，我国超市自有品牌发展的制约因素在哪、这些问题都有待解决。所以对超市自有品牌商品消费者的认知情况调查十分有意义。

（2）研究目的本次的调研其目的是了解长春市内大型超市自有品牌商品的拥有情况，消费者对超市自有品牌的任职情况和消费情况进行调查，以掌握市场自有品牌在我国的现状，并以此为基础对未来超市自有品牌在我国的发展情况进行预测。

（3）调研的基本说明本次调研的.对象是长春市内各个大型超市自有品牌，内容是了解其拥有情况和消费者认知购买情况，主要应用观察发和询问激发急需调研。时间是从6月30日到7月18日，小组成员有侯杰、贾冰雪、金嘉黎、陆璐、薛丽丽五人，均为市场营销专业的在校学生。

二、调研结论与建议

通过这次调研我们发现超市主要品牌商品在中国市场潜力巨大，相比之下外来大型连锁超市的自有品牌别本土的大型超市自有品牌做的要好。但总体来讲超市对自己的自有品牌商品宣传力度不够，消费者对超市自有品牌的认知度较低。针对以上问题我国本土超市要尽快壮大自己的实力，招揽自有品牌产品研发上的人才，积累实力和经验，扩大子的自有品牌商品找国内的销售量。尤其在自有品牌商品的宣传上要着重加大力度。

三、调研成果分析

文案调研成果分析

（1）自有品牌渐成超市竞争法宝：自有品牌在国内已经有很长的时间，但是做得好的还是像家乐福、沃尔玛、易初莲花、屈臣氏等外资零售商。在国外，自有品牌能够占到销售的40％－50％，毛利率相当高，自有品牌将成为零售商最终的竞争领域。在国内自有品牌商品利润空间巨大，前景看好，国内有实力的大型超市要加大自有品牌商品的研发与销售抢夺这一利润。

（2）自有品牌商品商机巨大：自有品牌商品的销售正成为连锁零售企业销售方式的新趋势，将成为超市重要的利润来源，对于刚刚介入自有品牌商品销售的本土超市来说，发展空间广阔，蕴藏着巨大商机。在商业竞争日益激烈、零售业利润增长有限的情形下，发展自有品牌成为商家降低成本、提高利润有效途径之一。一般商家都可以选择从那些消费频率较高、销售价格不高、市场份额较大的商品开始做起，这样利于提高消费者对产品的认知度。得到消费者的认可后，就会拥有一些固定消费人群。目前大多数本土连锁超市对自有品牌的开发仍处于尝试和萌芽阶段，这反映在超市中自有品牌商品数量不是很多，自有品牌涉及的品种所占比重比较小，销售量也不大，真正有了自有品牌效应的商家也不多。”据分析，一方面，与欧美的成熟市场相比，国内市场经济发展的时间还很短，本土零售企业的规模有限，还没有形成超级连锁，开店数量和经营规模上还没有形成真正的竞争优势。另一方面，国内零售企业在自有品牌的产品研发上缺乏人才、实力和经验，目前主要集中在一些简单的低端产品上。从研发到营销，这是一项复杂的工程。只有当零售商从研发做起，掌握了网点资源、市场信息、有效消费者等一系列资源之后，产品才会畅销。

（3）中国超市自有品牌发展的制约因素：首先连锁企业核心领导人重视程度不够！虽然每一个连锁企业的核心领导人都会这样说：“我们非常重视自有品牌，自有品牌是我们未来发展的希望所在，是我们未来的核心利润所在，是我们未来的核心竞争力所在……”。但是国内连锁百强企业，设立独立的自有品牌发展部的很少，负责人素质不够，在资金、人力、物力等资源的投入上与连锁企业其它重点部门相比很少。其次公司的核心领导人对自有品牌存在错误思想和认识。

多国内连锁企业核心领导人认为自有品牌就是简单的在产品上面贴一张标签，没有多少技术含量，认为自有品牌不需要也没有必要太多投入，因为当前状况下就有不错的收益！还有一部分核心领导人认为建立品牌需要大笔的资金，大量的人力和物力，连锁企业不具备这样的条件！还有一部分连锁企业的核心领导人宁愿花费几十万、上百万引进一个优秀的店长、采购总监，也不愿意花十多、二十万引进一个品牌经理！在这样的思想下，做好自有品牌只不过是美好的愿望罢了！

**市场营销的实训报告篇四**

随着个人素质的提升，越来越多的事务都会使用到报告，报告是不同的类型与类别，不同的报告内容同样也是不同的。其实写报告并没有想象中那么难，下面是小编收集整理的市场营销专业实训报告，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

通过一段时间的市场营销实训，使我受益匪浅，在销售方面我不敢说有了深刻的了解，但通过学习使我理清了思路，这次的实训，把书面上的知识与实际相结合，这样不仅加深我们对营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的营销能力。

营销是一门很重视实践的课程，所以，倘若我们只会空谈知识，哪怕是再精妙的言论恐怕到了实际中也只是“空谈”。参与市场营销实训是非常必要的。我们要重视对于营销的实践，总结经验，不断地提高自己。

在这次实训过程中，我有如下深刻的体会：首先，营销的本质是人的营销。在与促销沟通的过程中，发现很多时候，同样的产品和价格，但是不同的人去操作，方法和结果往往是不同的，很多做的好的促销就是依靠自己的人格魅力去打动消费者的。要想让别人接受你的产品，第一步是要让他接受你这个人。其次，做好销售必须把每件事情落到实处，并且不断跟踪更进。做好销售是一件系统工程，对于每一个环节来说，都非常重要，任何一个环节操作不好，都难以达成销售的目标。

对于我们这样的学生来说，虽然销售这工作看似简单，其实却没办法很好的掌控，因为我们缺乏足够的经验。理论的知识不加以实践是没有办法真正致用的。销售十分依赖于销售人员的个人魅力，另外，团队精神也十分重要，销售不是自己一个人的工作，而是整个团队共同的目标，只有做到团结在一起，发扬每个人的优势，才能高质量地完成任务。

这次实训，我还总结出要做好销售就应该做好如下准备：第一，精神状态的准备。在销售的过程中，如果销售人员有一个好的精神状态，就会给顾客一种积极的、有活力的、上进的氛围，那么这种积极的上进的情绪总会影响到他人，所以销售人员素质的提升也是产品提升的一个重要标志。精神状态好的销售人员，成交的机会也会比较大。第二，专业知识的准备。在接待顾客的时候，必须充分了解自己卖的商品的特征，以及相关知识，在销售毛线过程中，由于我们知道多种围巾的编织方法，在顾客来了解我们商品的时候可以教他们编织不同款式的围巾，这使我们的商品比较受欢迎。如果我们什么都不懂得话，顾客也不会乐意购买我们的商品。第三，对顾客的准备。当我们了解了相关的产品知识的时候，就是我们掌握销售的第一步，同时，我们对顾客掌握的越多，我们就能更能把握顾客的心理，和顾客建立一种和谐的关系，创造一种轻松休闲的购物环境，善于倾听顾客的每一句话，然后分析顾客是否有购买的意向，推荐适合它的产品。

我们的实训结束了，但在这期间我的感触颇深。以前总将自己的眼光局限在很小的空间里，现在才知道自己是多么的短浅，总认为市场营销就是将产品推销出去，从来没有去想推销的方法与策略，现在才知道要想学好这门课程，自己还是差了好多。这次专业认识的实训，是为了让我们对营销专业有一个初步的感性认识和了解，同时也对自己有一个清晰的认识，以便在以后的学习中能够扬长补短。通过这次实训使我深深明白到销售的重要性和艰难性，根本不是想象的那样简单。它使我深刻体会到在学校学好专业知识固然很重要，但更重要的是把学到的知识灵活运用到实践中去。更重要的是，它使我们初步培养了专业兴趣，初步设想了未来发展的方向，为今后的专业学习及就业打下了良好的基础。

实训的时间虽然不长，但是我非常珍惜这次实训机会,在有限的时间里加深对销售的了解，找出自身的不足。这次实训的收获对我来说有不少,我自己感觉在知识、技能,与人沟通和交流等方面都有了不少的收获。总体来说这次是对我的综合素质的培养，锻炼和提高。而且，通过这次实训，在市场营销工作方面我感觉自己有了一定的收获。这次实训主要是为了我们今后在工作及业务上能力的提高起到了促进的作用,增强了我们今后的竞争力。这次实训丰富了我在这方面的知识,使我向更深的层次迈进，对我在今后的社会当中立足有一定的促进作用，但我也认识到,要想做好这方面的工作单靠这几天的实训是不行的，还需要我在平时的学习和工作中逐步的积累，不断丰富自己的经验才行。通过这次实训，我成长很多，作为一个学生，一个经济专业的学生，我学到了在课堂上不可能学到的知识，通过这次实地实训，我明确了自己以后要走的道路。同时，也深知自己需要做些什么。我会多读书、多思考，再以后学习和工作生涯中，做一个活到老学到老的人，不断进步。我面前的路还是很漫长的，需要不断的努力和奋斗才能真正地走好。

总之这次实训使我受益匪浅，让我看到了自己的不足和长处，并锻炼了我各方面的能力，吃了很多苦,亦学到了很多书本上学不到的知识,认识了更多的人.所有这些都将在我的人生中起到积极的作用。虽然说我学的有限，但起码我对于销售这个行业还是有了更进一步的了解和认识。这对于我今后的学习和工作将产生积极的影响。通过这次实训增强了我毕业就业的信心和勇气。现在，我意识到必须要做的就是多吸取知识，提高自身的综合素质，不断丰富自己的工作经验。同时,注重专业知识的学习。这样才能使自己有扎实的文化基础,迎接以后就业中各种严峻的挑战。

为提高营销专业教学质量，实现专业培养目标，根据教学计划的总体安排，20\_\_5月1日至20\_\_11月30日，我们组织营销专业二年级的学生实施了专业课程实习，现将实习工作的具体情况总结汇报如下：

一，专业实习内容

在本次营销专业实习中，我们紧紧围绕专业培养目标安排了这次实习。课程实习的具体内容：

对于二年级的营销专业学生而言，由于此前有一年级时期的认识实习，也由于营销专业二年级同学多数都有利用业余时间兼职的专业实践经验，还由于一年多的专业学习掌握了一定的专业理论知识，所以，课程实习的内容更具有专业特点。这次课程实习中，我们根据惠德隆有限公司，古顺河酒厂市场开发的现实需求，组织实施了淮安市第一期大型推广活动。实习期间，同学们参观了惠德隆有限公司，古顺河酒厂，学习了生产工艺及相关的产品知识，熟悉了\"神秘顾客\"选拔主题及操作流程，实地走访了惠德隆有限公司，古顺河酒厂潜在顾客群，实习过程组织有序，实习内容讲求实效。

二，专业实习体会

虽说类似的实习每年都会组织，但每次的实习都使我们对于专业实习有更多更新的体会，也使我们对于在中职营销专业教学有更深的理解和认识。

1，专业实习的专业特征是确保实习效果的基本要件

这次安排的课程实习，紧紧围绕了专业培养目标，专业实习计划展开，实习过程中都贴近了企业营销实际，实习结果不同程度上体现了企业，学校，专业，学生，多赢的效果，基本完成了实习计划规定的任务，实现了实习目标。

2，周密翔实的实习计划是完成实习任务的有力保证

在这次实习之前，为制定翔实可行的实习计划，营销专业全体教师都全力合作，既积极努力借助各种社会联系落实可依托的企业，又充分发挥自身专业优势，与企业有关专业人员共同制定出了认识实习和课程实习计划，计划反映了企业目标，体现了专业要求，结合了学生特点，规范了实习过程。

3，发挥企业的作用是专业实习的必要支撑

由于这次实习得到了惠德隆有限公司，古顺河酒厂的大力支持与帮助，实习计划的针对性，实习过程的专业性，实习教学的现实性，实习结果的客观性都得到完整的展示。

4，专业实习同样是对学校，专业，教师的客观评价

这次认识实习，课程实习都有效地与企业市场推广，市场开发计划相联系，既是企业需求与学校专业教育的有效对接，也是学校，教师，学生专业教学与实践价值的直接检验，能否在得到企业支持的同时，给予企业以回报，不仅仅要求学生努力，同样离不开教师的认真与专业。

三，专业实习反映出的问题

这次实习虽然成效突出，但在实习中也反映出专业教学中亟需重视，解决的问题。

1，专业建设的基础有待加强

这一问题在历次的专业实践教学中都有所表现，比如专业教师，专业实习指导教师队伍缺乏，专业实训基地不足，新的专业实训基地开发不够，这次实习中这些问题又再次在一定程度上影响到了实习的效果。

2，教学内容需要调整

教学内容较多地关注了专业中有关是什么，为什么等方面的问题，而真正能触及到怎么办的内容较少，其中最主要的原因在于课程体系的针对性差。

3，学生的专业素养应予提高

专业实习中有大量的工作需要同学们以营销人特有的刻苦认真精神及扎实专业工作技能努力完成，也需要大家相互鼓励与支持共同应对，但有不少同学在这些方面或多或少地有欠缺，有的表现出的是态度中固有的不屑，有的表现出的是在坚持中的韧性不足。

四，改进问题的措施及建议

就目前专业教学的现实条件来看，解决好专业实习中反映出的问题，应从以下几个方面着手：

1，加强与实习合作单位的联系，条件成熟时拓展为新的实训基地

这次实习中，同学们的良好表现也得到了企业的充分肯定与广泛认同，这种深化合作的基础，足以引起我们对强化联系的内在动力，应通过组织保障，制度保障等机制，加强与这些企业的联系。

2，发挥实训基地的作用，关注企业经营的现实问题，为专业教学寻找更多的标的

在理论教学，课堂教学中，如果更多地从熟悉的企业，从身边的企业中发现问题，显然更利于激发学习兴趣，更利于解决专业教学的针对性问题。

3，深化\"导师制\"的进程，引导同学们认识，树立营销职业人理念和作风

\"导师制\"的推行确实促进了专业教学质量提升，在今后教学中更应大力推进。要使同学们及早与专兼职专业教师建立联系，为同学们提供直接有效的辅导和帮助，提高学生专业素养，明确专业发展方向，激发同学们更新理念，夯实基础，锤炼作风的自觉性。

总之，这次营销专业实习同样成效明显，问题突出，为我们今后专业教学，专业建设进一步奠定了基础，明确了方向，我们全体营销专业教师定会从自身努力做起，继续保持和发扬认真，敬业，奉献的专业精神，借助大家的帮助和支持，持续改进专业建设水平，不断提高专业教学质量。

通过一段时间的市场营销专业技能培训学习，使我受益匪浅，在销售方面我不敢说有了深刻的了解，但通过学习使我理清了思路，找准了切入市场营销对于原本的我既陌生又熟悉。所谓陌生，是在这之前我从没有真正意义上学习和研究过它，对它的认识仅仅是表面而已；所谓熟悉，是说市场营销从来都一直伴随在我们身边，我们去超市购物，去逛街，去商店的`遇到它，市场营销出现在我们生活的各个角落！对此有一些心得和总结一、了解企业及产品二、对产品进行swot分析三、价格策略四、销售技巧与推销技巧。

最先要了解的就是企业的文化，经营目标，还有盈利预测，实训中以华中希望读书社为例，华中希望读书社主要业务是图书、音像租赁，采取会员制的形式经营。接着用swot法则对华中读书社的竞争性进行了分析，华中的优势主要有营销网络广泛，全国已有4000余家分店，进场门槛低，管理模式现代化，物流配送，还有实力优势。劣势是产品数量相对还较少，正品价格没有竞争性，书籍的时效性不强。借着建设“阅读型社会”的契机，大力进行宣传，而且有相当大的市场容量。威胁是现有的竞争者，潜在的竞争者，替代品的冲击，还有其他的因素如消费者流动性，工商、行政的问题。

这次实训还是我了解到相关的定价策略：

（3）折扣定价策略：现金折扣，数量折扣，职能价格折扣，季节折扣等；

（4）竞争导向定价策略：随行就市定价，限制定价策略，投标竞争定价；

（5）需求歧视定价策略：应顾客而意，应时间而意，应场合而；

（6）产品组合定价策略：系列产品定价，互补产品定价，互替产品定价等。

这些想必你以前都没有听过吧，除此之外你还能简单的了解到一些定价方法，如有成本加成定价法，变动陈本定价法，盈亏平衡点定价法，认知价值定价法，等等。在定价的实践活动中，定价方法和定价策略应互相匹配，以期最大限度的增强产品的市场竞争力，结合产品的特点，针对市场的现实状况，再结合有关学过的内容就能把自己的产品给推销出去。做营销一定要有敏锐的洞察力，在接触市场的过程中，随时留意市场的变化，要推断下一步这个市场的需求，而主动提前做好推广计划，什么事都要快对手一步。做市场营销其实就是也是在营销自己，营销自己的理念和自己的人格。做人很重要，不要想着去欺骗你的客户，客户可能会因为相信你而上一当，但是他绝对不会上二次当，你可能会因此失去更多的客户和机会。诚信对于营销者整个的营销生涯中占有举足轻重的作用，无论在什么样的环境下一定要对自己说过的话负责任，诚信也是最基本的人格保证。营销者要和自己的客户真心的交朋友，多了解客户的需要，多站在客户的角度去考虑问题。产品虽然是没生命力的，但是人是有生命力的，人也可以赋予产品于生命力。一定要注意自己的言行，营销者的一言一行时时刻刻影响着客户对自己的看法，你的一个微小的动作都可能会使你成功或者全牌皆输。做市场营销一定要吃苦耐劳，一分耕耘、一分收获真的在这上面有最全面的体现，做营销是很辛苦的，是体力和脑力的共同结合。守时对于营销者至关重要，与客户约好了时间一定要提前一些时间到达，无论是多么的风雨交加、电伞雷鸣都不是你迟到的借口，如果真的遇到不可逾越的困难的时候一定要提前告知客户迟到的原因并致歉。营销者一定要学会微笑，对自己微笑、对客户微笑、对困难微笑。微笑的魔力真的很大，当你见到客户的时候对他微笑，客户会觉得有种如沐春风的感觉，在良好的气氛中交谈肯定你的成功率会大很多。在现代通讯非常发达的今天，一定要用多种渠道去开拓你的客户，多利用现有的网络资源等，多给自己争取一些机会，勤奋和得法的市场营销者才会在残酷的市场竞争中拥有自己的一席之地。最后一点就是持之以恒，凡事贵在坚持，客户不是一朝一夕就有的，是需要营销者长时间的努力日积月累起来的。如果你因为惧怕困难而放弃那么就永远不会成功，坚持到底就有见到曙光的那一天。

在这段时间里，我不仅学到了很多在书本中学不到的营销知识，也让我个人更加的成熟和坚强;在实训工作中，当我遇到工作中的困难时，曾夜不能寐的思考解决方法，因为我始终相信方法总比困难多;在具体的市场上，曾受到无数次的拒绝和嘲讽，有多少次在深夜里独自一个人哭泣，有多少次已经决定卷铺盖离开;可是第二天又早早的投入到了新的工作当中，因为我始终相信：生命在于坚持，我可以接受失败，但我却拒绝放弃!

就这样，一个月，两个月过去了，我坚持了下来;如今的我已经变的老练和成熟了，在工作中积极向上，善于发现问题，并及时的解决，曾多次受到主管经理和副总的表扬;在具体的市场上，能很好的处理同客户的关系，同时维护好同终端的客情关系，从而让我感受到了营销给我带来的乐趣!

首先，我介绍一下所在市场的基本情况，我所在的太康市场是豫东深度分销的楷模，实行的是大客户与小客户相结合的乡镇代理体制，除了县城的几位大客户外，在每一个乡镇设一个一级经销商，是完全的市场精耕。

其次，我很有幸能够参加啤酒大战，感受啤酒营销，在我们区域市场的主要竞争对手是流通领域的维雪啤酒，餐饮渠道的雪花啤酒，当然了还有其他品牌的啤酒，如青岛啤酒，燕京啤酒等等。

在抢占市场的时刻，在流通领域里铺货时，作为总公司的主打产品x新一代的促销政策是10带2加1.8升的大豆油，展示两个月，27元/箱;维雪20带3，28元/箱;雪花10带2，28元/箱;竞争是相当的激烈。在县城的每一个终端店都是必争之地，各个厂家都在抢，真是一场没有硝烟的战争!

在餐饮领域的竞争，更是在比拼实力，都在买店，你出3000，我出5000，经过较量我们x买断了大部分饭店，但也付出了沉重的代价，花费了将近200万买店费!

时止今天，我的实训期已经结束了，在这三个月当中，我付出了很多的辛劳，同时也收获了硕果;由于我在这段时间里表现出色，已成为集团公司的一名正式销售人员，享受国家统筹及优厚的薪酬待遇。

最后，感谢我的母校——河南商业高等专科学校，一直以来对我的培养，感谢市场营销系全体老师传授给我的营销知识，感谢三年以来教育过我的所有老师!学生在此向你们敬礼了，你们辛苦了!

这个学期开设了国际市场营销的课程，跟以前所有开设的课程有很大的区别，这门课程的灵活性很强，充分发挥自己的潜力；在学习的过程当中可以学到很多东西，国际市场营销实训总结。尤其是可以让我们学会怎样运用课本的知识进行营销，怎样运用发散性思维。

此次的实训以班级为主体，以小组为单位而开展的一次综合的实践，老师也给予我们足够的空间让我们完成此次的实训，这让我觉得压力减轻很多。

实训开始的三天我们进行了软件的模拟。进行这个软件模拟是以2到3个人为一组，组合成一个公司。然后对于这个公司进行模拟经营。我们小组的公司名是s.h.o.w，我们小组模拟经营的电话机的介绍是u call i call。一开始的时候我们要对我们的市场进行选择，要抉择我们要进入的市场，对于这一点，我和我的partner想了很久，在网上查找了打量的资料，最后我们选择了华东地区。我们选择华东地区的原因是我们觉得华东地区是很有市场潜力的。

当我们做完市场选择以后我们就要开始进行市场调研，做这次的市场调研我们想了很久，因为每一次的市场调研就意味着我们要用大笔费用，实习报告《国际市场营销实训总结》。对于我们公司而言降低成本很重要，所以我们考虑了很久，同时我们也利用了网络查找相关的资料，尽量的而使我们的公司变得更加的优秀。当我们公司花费了一定的资金购买了资料以后，我们开始分析我们获得的资料。

根据所获得的资料运用4p策略，和swot分析法进行分析，最后我们公司决定了我们的目标市场是城镇的中青年，我们的定位是多功能的装饰电话。

当对市场分析完以后我们就进入了真正的营销模拟了，在进入这个环节之前，老师让我们每个小组介绍自己的公司，我们小组把握了这次的机会，对于每个公司的信息进行了分析，我们发现选择进入华南地区的公司比较多，同样的大家选择的目标市场大部分都是城镇人口，大家选择的策略基本上就是低成本领先和集中性目标市场策略。因此通过每个公司的简介我们公司知道了，我们选择的华东地区市场竞争不大。我们公司要好好的把握华东地区的这块大蛋糕。当我们进行了广告设计，打广告，生产商品，还有选择销售方式等一系列环节之后我们的公司渐渐的强大起来。最后我们的公司拿了不错的成绩。

在这三天的软件模拟里，我不仅学习到了很多东西，而且也意识到我们公司的不足，第一，我们公司的速度没有别的公司快。

第二，我们在选择销售的时候总是先生成了产品，然后再下订单的，这种做法无疑给我们公司带了滞留产品的风险，因为一旦我们的产品生产了出来，而订单被别的公司拿走了，那么我们就将承担损失。

第三，我们公司没有意识到购买别的公司产品的好处，没有利用这个有利的条件。购买别的公司的产品看起来盈利不多，实质并不是这样的，购买别的公司的产品，可以使我们节省了打广告，技术研发等一系列的费用。是利润最大化。

第四，我们公司经营到了最后，乱了阵脚，只是一味的追求高档产品，一味的进行技术的研发，从而忽略了，我们公司坚持的目标市场以及目标定位。

最后的两天我们进行了kj的沙盘模拟。这个实训是以原来的公司为单位，组成人员6-8人。每个人负责不同的职位。一开始我们小组进行了任务的分工，使得我们的公司运行有条理且简单化。其中我负责的是间谍同时兼顾协助决策的职务。对于这个模拟游戏我觉得熟读规则是十分重要的，对于规则的了解会影响我们小组的运行和成败。

非常高兴蒋老师能为我们提供这样一次实训课，通过此次实训课的调研，让我对连锁经营有了直观深刻的了解，特别是如家连锁酒店的经营模式。以下是我通过这次调研对连锁酒店经营的个人总结和看法。

最近几年，中国的大城市中悄然兴起一种新的酒店业态：经济型酒店。提供清洁卫生的客房，味美营养的早餐，交通方便地段繁华，品牌知名连锁经营……这样的酒店已经成为一种非常流行的住宿设施在沿海大城市的大街小巷蓬勃发展起来。

一、中国经济型酒店的发展现状

我国经济型酒店最初的发展始于1996年，上海锦江集团下属的锦江之星作为中国第一个经济型酒店品牌问世。进入21世纪，各种经济型品牌如雨后春笋破土而出，呈现以下几个特点：

其次，中国经济型酒店市场需求旺盛，几个大型城市和几块区域成为热点。北京、上海、广州、成都等大型城市的经济型酒店需求非常突出，市场条件比较成熟。而长江三角洲、珠江三角洲、京津地区这三个地区较高的经济发展总体水平也决定了经济型酒店的需求水平。所以经济型酒店在中国是以点面结合的格局迅速在经济发达地区发展起来的。

再次，经济型酒店吸引了各类资本的大量涌入。由于经济型酒店的投资比较小，而投资回报率明显高于一般的酒店；同时，中国目前的投资环境比较好，资金供给充足，很多闲散资金一直在努力寻找适合的投资项目，这种结合了物业与酒店的优质项目格外吸引资本的涌入；另外，中国房地产的升值空间也导致了投资者对经济型酒店地产的升值预期，所以，来自社会各个行业的资金纷纷看好这类项目。

最后，外来品牌与民族品牌的竞争日益加剧。许多国外成熟的经济型酒店品牌看好中国的市场潜力，高调进入。他们成熟的管理经验，雄厚的资金实力和人才储备，享誉世界的品牌，发达的营销网络，严格的质量控制都具有无法比拟的优势，对本土发展起来、只有短短几年经验的中华民族品牌形成了强大的压力。中国本土的经济型酒店必须快速学习，快速成长，才能在市场竞争中获得一定的地位和优势。

二、 中国经济型酒店市场需求分析

经济型酒店的发展是在大众消费刺激下发展起来的。究其原因，经济型酒店发展的市场动力来源于三个方面：

1.中国的大众旅游发展需要价廉物美的酒店住宿设施

随着经济的发展，中国已经开始逐步进入小康社会。从2024年开始，国内生产总值每年以1万亿人民币的水平增长；一些沿海经济发达城市的人均gdp超过了3000美元；中国的国内旅游总人次超过了全国总人口的60％，已经基本上达到了大众旅游的标准。中国经济发展为国内旅游奠定了一个广大的市场基础，为大众旅游时代的到来拉开了帷幕。

与大众旅游伴生的是相应旅游设施的改进和旅游行业结构的调整。改革初期，酒店业的发展集中于高星级酒店，这是与国家大力发展入境旅游相符合的。然而，随着国内消费力量的增强，国内大众旅游市场井喷增长，需要符合国内旅游者需求和经济实力的旅游配套设施。而价格适中，质量上乘，服务优质，品牌知名的中低档酒店数量很少。因此，受每年高达10亿人次以上的国内大众旅游的推动，我国的经济型酒店市场得以蓬勃发展。

2.中国日益繁荣的经济刺激了商务旅游的发展，同样产生了对经济型酒店的巨大需求

近年来，随着世界经济的发展和全球化进程的加快，国家之间和国家内部的商务往来日益频繁，商务旅游在全世界迅速发展起来。据统计，2024年全球商务旅游收入已经超过4000亿美元，并且每年以超过8％的速度递增。年在中国境内活动的国际、港澳台和国内商务游客人数达到1.16亿。据世界旅游组织的估算，中国的商务旅游目前年支出在103亿美元，在中国经济迅猛发展的背景下也正经历飞速的发展，据估计，在未来几年可能以20％的惊人速度增长。

以往，高星级饭店是商务客人的主要选择，但是，随着私有经济的发展，以及一些公司对差旅经费的限制，人们在进行商务活动的时候更加注重性价比的选择。一些设施设备豪华，装修考究，服务优良，但是只提供客房和会议设施，削减其他非必需设施从而能大幅度降低价格的新型酒店业态，开始受到商务旅行者的青睐。

3.随着中国入境旅游的发展，国际游客对经济型酒店的需求也逐渐上升

从国际游客的需求来看，越来越多的国际旅游者来到中国旅游，15～24岁的年轻人和不参团的自助游客是青年旅舍和经济型酒店的主要市场目标。根据国家旅游局的调查，年，来华旅客中15～24岁的外国游客超过了120万，并且自助游客增长迅速。随着国际著名品牌如雅高ibis、圣达特super 8, days inn等经济型酒店进入中国，以及中国本土的经济型酒店的发展，国际游客对经济型酒店的需求将越来越大。

三、 中国经济型酒店存在的问题

1.市场细分不完全，产品层次不清晰

经济型酒店在中国刚刚起步，尤其是一些民族品牌的酒店，还没有明确的目标市场，或者对目标市场的细分工作不够细致和完全，导致了市场重叠或者过于宽泛，产品设计没有层次，缺乏针对不同细分市场需求的产品和服务。根据国外的发展经验，经济型酒店有三种类型档次：有限服务酒店（limited service hotel），经济酒店（economy hotel/budget hotel）和廉价酒店（super budget hotel）。有限服务酒店在经济型酒店中属于高档次，经济酒店中档，廉价酒店则属于最低档次。这三种层次的酒店价格相差很大，其硬件设施的差距也非常大，有限服务酒店的客房硬件设施不亚于四五星级宾馆，而一些廉价酒店则在削减成本的思想指导下尽量简化设备，客房设施比较简陋。但是在中国，目前市场上还没有出现非常清晰的产品层次的划分。

2.管理经验缺乏，人力资源不足

与国外品牌相比，中国国内的经济型酒店品牌明显缺乏市场营销的意识和手段。尤其是一些区域性的品牌，知名度非常低，品牌形象构建也不够成功。尤其重要的一点是，除了锦江之星、如家快捷、新宇之星等少数几家酒店连锁建设了独立销售预定网络和电话中心以外，其他很多酒店都主要依靠专业的订房中心和旅行社来销售客房。即使是有预定网络的酒店，其预定技术和效率也不是很高，设计不够完善。

4.国外经济型酒店的本土化障碍

许多国外成熟品牌受中国市场的吸引而进入，但是其本土化改造和适应需要一定的时间。中国的市场和顾客与国外的存在很大差别，行业形态和配套的产业链差异也值得注意。在与国内企业合作的过程中，一些酒店品牌采取了过急的进入政策，导致品牌在中国的异化和质量的失控。例如速8采取了特许加盟的品牌输出方式快速切入中国市场，在北京开出的王府井和团结湖两家店的价格相差两倍多，其中王府井分店的价格已经达到了高档饭店的水平。这种价格的大落差会导致品牌的不持续性，从而破坏该品牌在消费者心中的预期和形象。另外，本土化障碍还表现在管理理念和方式方面。基于国外文化背景的管理理念来到中国必然会面临一定的障碍，所以改善势在必行。

5.非理性资本的涌入给产业带来冲击

经济型酒店的高投资回报率吸引了大量的资本，但是一些非理性资本的涌入导致了很多问题。一些原星级酒店被资本收购后改头换面冠以经济型酒店之名；一些经济型酒店的管理、经营等各个方面都存在很大的问题；一些资本的真实关注点是地产，只想借经济型酒店之壳进入……这些现象都会搅乱这个产业原本就不是很稳定的秩序，导致一般民众对经济型酒店概念理解的混乱，并且为日后的价格竞争埋下隐患。

四、 如家连锁酒店存在的问题

1.传统管理体制的制约

由于传统管理体制的制约，条块分割的行政管理体制对发展经济型酒店连锁经营十分不利。如果各地区、部门只为自身利益着想，一哄而上，盲目连锁，就可能造成各连锁店都得不到足够的市场份额，由此形成各连锁酒店“各人自扫门前雪，哪管他人瓦上霜”，各家都难以有更大实力扩大规模，连锁店虽遍地开花却难以实现应有的经济效益。在连锁经营的过程中只重形式，不重实质，只是在店名、装修上进行“统一”，在起着重要作用的经营管理上仍然沿袭传统的单店操作，从而许多经济型连锁酒店有连锁之名无连锁之实，这就极大地制约了经济型酒店连锁经营的规范、健康发展。

**市场营销的实训报告篇五**

为了将所学的理论知识与实践结合起来，加强学生社会活动能力及严肃认真的学习态度，并为以后专业实习和走上工作岗位打下坚实的基础。20xx年xx月xx日至xx日，20届物流管理专业的全体成员在xx、xx、xx三位老师的带领下，开展了本学期的实训活动。

一、实训时间

20xx年xx月xx日至xx日。

二、实训地点

xx物流中心。

三、实训大会

本次实训活动分为三个部分，分别是：实训动员大会、为期三天的实地考察和论文的撰写。

20xx年xx月xx日带队的三位老师及物流专业的全体学生都于三教205集合完毕，本次的会议内容主要是关于出去实训后应注意的安全问题、怎样准备实训及实训结束后论文的书写格式等，其目的是为了能在接下来的四天里顺利的开展本次实训。

四、物流配送中心

接着，就是为期三天的实训考察，本次实训去的xx仓储配送中心、xx物流配送中心、xx配送中心以及xx医药配送中心这四家企业进行调研，同学们主要通过访谈法对这四家企业的仓储运作、运输运作及出入库管理等环节进行了实地考察。

俗话说好记性不如烂笔头，最后通过论文小结的方式，让同学们把这三天的实践到的知识记录下来，不仅可以加强记忆，还能为以后毕业论文提供有力的数据。

通过这次实训，给了同学们一个在走入社会之前深入企业、了解企业的锻炼机会，让他们对物流的工作有了较为全面而深刻的认识。也让他们认识到自己专业知识上的不足。同时，本次实训的顺利开展也离不开三位老师们在背后的付出，感谢你们！

文档为doc格式

**市场营销的实训报告篇六**

模拟手机剧情介绍

手机整体现状

sun公司现状分析

sun公司的发展状况

手机产品运营现状及存在问题

swot分析

市场细分

市场定位

品牌定位

定价策略

广告促销

渠道策略

模拟世界中的产品为手机，在过去的几年无线通信市场发展非常迅速，并且这种趋势还在继续。任何一个产业的发展都离不开相关领域的技术的创新，这点在当今的市场环境中尤为突出。一般来讲每个公司都会不断推出新的手机品牌来更好地满足其目标市场的需求。现有品牌的改进和新品牌的推出取决于公司开发和完成新的研发项目的意愿和能力。不同手机产品之间的差异主要体现在其8种物理特性：

1、通话质量：通话的品质和稳定性，可能的指标为30~100。

2、体积重量：机身大小和重量，可能的指标为20~60。

3、显示面积：显示屏幕的大小和色彩度，可能的指标为20~80。

4、外观设计：外观的时尚经典，可能的指标为40~86。

5、应用操作：操作是否方便管理功能是否强大，可能的指标为30~78。

6、娱乐功能：短信、游戏、彩信、彩铃、摄像等，可能的指标为10~72。

7、科技应用：技术先进性如java、蓝牙，可能的指标为10~60。

8、生产成本：生产具体产品的转移成本。

从产品生产的角度来讲，由于受到生产线规模的限制，每个品牌的产品在每个季度的生产数量不能超过16万只。此外，现有产品随着生产经验的不断累积，其转移成本会不断下降，每次某种产品的累积生产数量翻倍时，其转移成本将下降8%，手机市场的基础产量为3万。

依照行业专家的观点，也经过了各家公司的市场调查分析和过去的营销经验的证实，手机的购买者被划分为4个细分市场，他们分别是：科技追求型、时间管理型、形象追求型、情感交流型。每个细分市场的人群都有不同产品需求、消费心理、行为特征、市场大小和成长空间，并且这些特性随着时间的推移也在不断变化。

sun公司主要市场是在低端市场，即在此市场占有优势，我们必须在保持原有市场份额的基础上不断壮大。从细分市场的增长率可以预测到市场的发展是趋向于中低端，手机市场不断壮大，但是价格也会不断下降，因为合理的价格是消费者购买手机的参考条件。也就是说，我们与对手竞争中低端市场并确立竞争优势，但不会盲目的扩大。

发的，随着策略的更改，研发最终以形象追求型为主，主打形象追求型细分市场，而hc3虽是低端品牌，其作用是用来扰乱市场价格。

从上述的图中可以看出sun公司在第二季度之后产品的销量一直在20w左右浮动，相对整体而言其销量却在下滑，没有增长，即产品失去了竞争力，可以看出公司的策略存在一定的问题。而作为支柱品牌的suna在第一季度后其销售占有率在不断下滑，最终降到只占10%左右，即其的销售渠道和定价可能存在问题。

综上所述，可以看出我们的公司—sun在运营过程中策略不清晰，产品定位不明确，销售渠道及产品价格的定制存在一定的问题。

**市场营销的实训报告篇七**

一、 实习概述

此次调研是营销09学生上大学以来的最重要的一次实习，经历了三周的实践后实习已经接近尾声。这次实习是一次具有实战性的实习，实习中的每一位同学在老师的指导下都要积极的参与到各个环节中来，努力完成各个环节的任务内容，协调一致完成各小组的最终计划和目标。

二、 实习目的

通过此次实习主要达到以下几个目的：

1、检验同学们一个学期以来对《市场调研与预测》的学习和掌握情况。通过这次实习同学们能及时的发现自身的不足，以便通过进一步学习把握专业知识。同时本次实习也能巩固同学们已经学习和掌握的知识，将知识内化。

2、理论结合实际，提升学生对知识的运用技巧。这是这次实习的重点，通过实际调研活动的开展检验同学对理论知识的运用，训练学生从知识导能力的转化技巧。

3、明确简单的调研作业过程，了解调研工作的实际环境。这次调研的各个环节与实际调研工作的基本一致，基于此能够让学生进一步认识营销作业的真实情况，深化对其难度的认识，为未来工作做好心理和知识储备。

三、 实习内容和过程

1、召开调研实习准备大会。6月20号我们专业开始了市场营销调研实习，召开实习准备大会，在会上老师简单的介绍了这次实习的相关问题和要求，并把人员我们进行了分组。

3、进行文案调研。文案调研是正式调研前的试探性调研，能够基本的把握要调查问题的一些基本情况，为进行正式的调研做好铺垫。主要内容就是围绕调研主题做一些背景资料和现存状况之类的二手资料的搜集和整理。我们组针对中国银行的文案调研真理的内容主要有银行体系的概述，我国和银行体制的概述和构成，中国银行的发展历程，中国银行的主要经营业务，以及长春市中国银行的相关现状等。

4、进行实地调研。实地调研要求运用观察法，对银行内部环境和外部环境包括竞争环境、公共设施环境、交通便捷度等方面的观察。重点是对银行的客流量的简单统计，进而做简单的分析。通过实地调研我们简单掌握了中国银行在惠民路和新民广场的营业网点的客流状况、业务经营种类、个窗口的业务办理效率、客户等待时间等基本的信息资料。

5、设计调查问卷。对于调查问卷的设计我们首先采用的是搜集类似问卷然后进行模仿的方式，在问卷设计的过程中也会涉及到一些逻辑问题，需要进行细致的考量。在个人问卷的基础上还要综合整理出小组综合问卷，综合问卷并非是个人问卷的简单整合，其中还要包括很多的筛选甄别最终才能确定一份有质量的问卷。

6、进行试调研和正式调研。问卷设计完成以后紧接着就是试调研和正式调研，这是整个调研实习过程中相当重要的环节了。调研所获得的数据的准确性直接关系到调研结果的准确性和可用性，当然这也是最艰难的一个环节，期间问卷的发放和回收都会有很多的困难。

7、资料的整理和分析。正式的问卷调研结束以后就是进行数据资料的分析整理了，通过整理问卷进而得出结论并提出相应的可行性的意见和建议。

8、报告的编写。在上述所有工作都结束以后就要开始报告的编写了，除了实习报告还要有营销调研报告。

四、 实习经验和体会

起来有以下几点：

1、营销调研实习是一个过程，把握过程比结果更重要。实习就是对理论的一种检验和运用，是巩固和升华的一个环节。通过实习不论平时的理论内容掌握的如何，只要我们把握住了这个过程中的主要内容，那么结果必然是正面的积极的。在这个过程中我发现自己对平时理论知识的掌握又加深了一层，当然也凸显了一些不足。例如在问卷设计时会把问卷的基本格式弄混淆了等等，这都是需要进一步改进的地方。

2、调研任务的完成需要团队的合作与努力。无论是从调研主题的确定到问卷的设计，还是从文案调研到资料的整理分析，我们都是作为一个小组一个团队在努力工作着。在团队里，我们可以有自己擅长的，也可以有自己不擅长的，在团队里我们可以互相帮助弥补不足。当我们的调研遇到困难的时候，比如当问卷调研遭遇挫折时，团队会一起想办法总结经验给团队里的每一个人鼓劲。也许当营销实习结束以后我们会忘了具体的实习内容，但是绝对忘不了面对拒绝时我们彼此的鼓励。这就是团队的意义，允许你有缺点给你展示自己的平台在你需要的时候给你力量。

3、关键时刻你需要有认为你指明方向。这次实习中我们组被分给了徐老师带，徐老师做的很认真，在整个实习中可以说只有我们这边的几个组开的会是最多的最频繁的，当然我们的任务完成的速度和质量也是不错的。每次实习进入一个新的环节以后，老师都会把需要注意的给大家接讲明白清楚，这样我们在做的时候就会省去很多不必要的麻烦，少走弯路。在文案调研的开始老师就告诉了我们应该朝背景资料、行业信息这方面去找，所以最后的结果都还令人满意的。

4、合理的借鉴有利于成长。在这次实习中出自我们自己的独创性的东西真的很少，从文案调研到问卷设计，我们都借鉴和吸收了许多从网络或者书本里找来的东西。通过不断的整合筛选最终把别人的东西融合到自己的思路里，实现自我的完善。当然如果只是一味的借鉴而不加入自己的想法和创意，那么最后的结果就会很糟糕。纯粹的模仿并不能产生太多的价值，而适当的借鉴利用和发挥则是模仿的上乘之策。

5、适时的经验总结有助于活动的进行。实习过程并不总是一帆风顺的，在

实地观察法调研的时候我们组被拒绝了两次，不过我们还决定在找第三家银行试一试。在路上我们针对今天早晨的所有遭遇做了分析总结：

首先是我们基于头一天的调研情况而过于乐观的看待了今天的调研，以至于没有安排好被拒绝情况下的计划方案，进而浪费了很多时间和精力。

其次是我们在调研前的准备工作做的不够，为了避免这种被人拒绝进而浪费时间的状况出现，我们应该在调研的前一天先打电话给准备调研的银行，和里面的工作人员做好预约。

然后是在我们与银行的相关工作人员交流的时候需要做好充分的准备，要充分清晰的表达我们的来意，并给出自己的承诺。做到了这样=些应该更能得到他们的理解和支持。在我们到了新明广场的中国银行以后我们就参照在路上分析的几种情况八我们的计划又做了调整，结果很令人欣慰，我们收到了接待。

由此不难看出适时的总结可以让我们发现很多已经存在的问题，进而针对问题找到解决的方法，走向希望和成功。

6、认清事实积极面对困难挫折。这次实习可以说是充满了艰难，尤其是在问卷调研的环节。这个环节里大家要把问卷发放出去，并回收回来。按照原计划我们都是要在银行的营业大厅里做的，然而问题一开始就出现了银行的保安人员不同意，我们就只好换地方，可是接连换地方的结果都是一样的。大家都很丧气，最终决定越过保安和行长交流，事实证明这招好使。能够留在大厅以后找人填答问卷又是一个棘手的问题，并不是每一个人都很热心都会帮忙填问卷的，最惨的时候找了20个人会被拒绝21次（有一个是孕妇）。当然如果事情只进行到这里就结束了那就是不合理的了，我们还是记住了那句“胆大心细厚脸皮”的话继续做下去。

这就是我的营销调研实习，在实习的过程中我们都体会了很多，有欣喜有打击。不过这些都即将过去，实习结束了有很多东西需要我们去想去思考，能够写出来的总是少数一些，还有更多的东西是无法用语言表达的，比如团队里面的那种默契、遭遇挫折时的那种心情、相互加油的眼神等等。好于一些东西也许现在还不能够解释，它需要时间去解决去回答。

一、实习目的

为期三周的市场营销调研与预测实习结束了，带着兴奋与好奇的心理，在老师的带领下，对各个实习步骤进行了贯彻与落实，从中让我学到了很多在课本上学不到的知识，为以后工作积累了经验。

实习是一个大学学生重要的一个学习过程，也是我们毕业后走向社会所迈出的试探性一步。我的主要实习目的是熟悉营销调研与预测过程，积累经验，提高综合素质。每天坚持记日记，记录当天的实习心得，记录自己想法，不理解的地方，建议，灵感等等。

首先，来认识一下营销调研与预测实习，营销调研与预测实习是通过实践环节对所学营销调研与预测课程理论的进一步认识和深化理解。当今市场竞争日益激烈，低成本、准确和适时的市场营销决策对企业至关重要，营销调研与预测通过运用科学方法，收集、整理、分析有关市场营销的信息，成为企业进行决策的基本前提和必要条件。营销调研与预测实习是依据大纲的要求及教学计划安排，在完成营销调研与预测课程学习后展开的。

通过实习使我们正确认识营销调研的作用，灵活掌握营销调研的基本理论、基本方法和技巧, 能够独立设计、组织常规性的市场调研项目，有效运用市场调研的基本方法与技巧解决市场营销中的实际问题，同时进一步培养我们观察问题、分析问题、解决问题的能力，为毕业后能够迅速适应和驾御实际营销工作打下坚实基础。

二、实习内容

1.确立调研主题

首先我们进行了分组，并确定指导教师，我被分到第e组，我们的指导教师是万平老师。我们的第一个任务就是确立调研主题，只有明确了调研主题才能有针对性地开展调研活动。调研主题建议以指导教师科研课题、实际企业问题为确定主题依据，或是以大学生群体作为被调查者确定主题。

在此期间，我学到了一些工作上行之有效的方法：第一，制定精确的工作计划，对工作的目的和手段量化处理，精确计算；第二，在工作出现问题的时候，多和人沟通，出现问题，及时救场。不要习惯单人行动，在自己一无所知的情况下办好一件事，是很难的。性格即命运，如果改变不了人的性格，那么至少要改进自己的工作方式方法。我们的调研主题是以大学生群体作为被调查者—“长春工程学院社团现状及发展”。

2.制定调研计划书

做任何事情之前都要有一个比较完整的计划，所以在开始实习之前我们小组内要制定一个相对完整的实习计划，这样才能有目的、有计划地组织和开展资料数据的收集活动。首先我们要进行文案调研收集整理调研课题的有关背景资料，第二进行观察法调研，取得一手资料，进行分析，第三进行文案设计和修改，在去确定问卷之后进行询问法调研，最后对所得数据进行整理统计分析、撰写调研报告和实习报告。

3. 进行文案调研

首先我们要做的是进行文案调研，就是有目的、有计划地组织和开展有关研究课题资料数据的收集活动，通过各种途径收集二手资料和数据，了解所要研究的课题，并形成个人文案报告。对于我们来说资料的主演来源就是网络，迅速准确的从网络上找到自己所需的有用资料也应该是我们要熟练掌握的技能。在进行完文案调研之后我对整个调研主题有了更深刻的了解。

4. 展开实地调研

（1）观察法：

观察法是通过实地观察，搜集一手资料。我们来到社团活动现场进行观察，记录那里的人流量，活动项目，观众参与情况等。这些事情说起来不困难，但是要落实到实践上，真的是有些麻烦。一方面要分心记录数据，另一方面又要联络社团内部人员。在这段时间里我们一次又一次的参观活动，拦截同学进行询问，进行数据的收集。最后我们还需要经这些数据整理出来形成观察报告，并进行相关的简单分析。

（2）询问法：

询问法是结合问卷设计的一般技巧，进行相关主题的问卷设计，要求设计出结构合理，紧扣主题的问卷。进行询问法调查时我们先要进行相关主题的问卷设计，再到校内进行实地的问卷调查，在问卷调查是要注意样本的选择和问卷填答的完整性等问题。在老师的帮助下我们完成了问卷的设计并进行了是调查，在进行最后的修改过后将问卷打印好并分到每个组员手中。在接下来的两天内我们分别去了我校第一、二、三、四宿舍、我校图书馆，第二教学楼进行问卷调查。这两天虽然很累，也有很多的委屈，但当我们拿到填好的问卷时我们都很高兴。每日写调研日记，对资料进行整理。每天我们都要对收集到的数据进行整理，并要写调研日记记录每一天的都要过程，以便在撰写报告是可以有资料作为参照。

5、撰写实习与调研报告

最后我们将实习情况撰写成实习报告，调研的成果完成调研报告。报告的撰写过程中才发现自己的语言太过缺乏，专业知识掌握的不够扎实。通过报告的撰写，将三周以来的辛苦劳动转换成文字是一件痛苦并快乐着的事情。

6、调研实施阶段

在这一阶段的主要任务是根据调研方案，组织调查人员深入实际收集资料，它又包括两个工作步骤：

（1）组织并培训调研人员

（2）收集资料：首先收集的是第二手资料。对这些资料的收集方法比较容易，而且花费也较少，我们一般将利用第二手资料来进行的调研称之为文案调研。其次，是通过实地调查来收集第一手资料，即原始资料这时就应根据调研方案中已确定的调查方法和调查方式，确定好的选择调查单位的方法，先一一确定每一被调查者，再利用设计好的调查方法与方式来取得所需的资料。我们将取得第一手资料并利用第一手资料开展的调研工作称为实地调研这类调研活动与前一种调研活动相比，花费虽然较大，但是它是调研所需资料的主要提供者。

三、实习体会和经验的总结

在这段实习的时间里，我得到了老师的帮助、体会到了集体的力量。，我参与了一些具体的工作，学会了一些具体的工作方法，熟悉了各种办公自动化用具的操作。基本达到了实习的目的。

在今后的学习生活中，我将认真学习专业科目，同时增强自己的工作能力，做到德智体全面发展。

在这次实习中老师倾注了不少心血，小组中的每个组员同样都尽了全力，同样我们学到了很多在课堂和书本上学不到的知识。在以下几方面我有着深刻的体会：

（1）学以致用，基本功要扎实

也许你还在抱怨课堂是的.知识枯燥乏味，没有意思，但也请你认真的学习，那些知识是以后我们在社会上立足的资本。如果没有经过这次实习我还不能认识到书本上知识的重要。以前总觉得书本上的知识枯燥乏味，根本没有多大的用处进而并没有认真的进行学习，在这次实习的过程中我才发现那些知识是基本，只有将基础打牢才会在工作中得心应手。知识掌握不牢固，应用不灵活，这是指导老师对我们的忠告也是我从这次实习中得到的教训。要想在以后的工作中学以致用，基本功就要扎扎实实。

（2）集体的力量大，团队精神很重要

工作往往不是一个人的事情，是一个团队在完成一个项目，在工作的过程中如何去保持和团队中其他同事的交流和沟通是相当重要的。这是我通过本次实习的有一个收获。在这次实习中我们是以小组为单位去完成一个调研课题的，在这个过程中我们要保持交流和沟通，是个人的工作和集体的目标相一致。这次作为小组一员我深切感受到要协调好组内的关系并做好工作是意见很难的事情，要让每一个组员尽心尽力的去完成自己的分工部分，又要不脱离立体的目标，还好我们的组员都明白这一道理，不仅尽力去完成自己的工作，在其他人需要帮助时也毫不吝啬的伸出双手。

我想以后参加工作后我们要进入一个新的团队，我们要具有有与别人沟通、交流的能力以及与人合作的能力，并牢记团队的精神。和各个部门的同事沟通探讨，能够真切的体会到公司给予的责任，每一个项目都像一颗树苗一样需要精心呵护才能成长，而作为培育者需要通过卓越的领导力来吸引各个部门的智慧和努力、资源和能量来共同帮助树苗的成长。而领导力也在一颗颗树苗成长的过程中一点一滴随之得以成长。创造力的锻造也是如此。

（3）为人处事很重要，

社会经验多积累作为学生面对的无非是同学、老师、家长，而工作后就要面对更为复杂的关系。无论是和领导、同事还是客户接触，都要做到妥善处理，要多沟通，并要设身处地从对方角度换位思考，而不是只是考虑自己的事。这就是我们要急需提高的方面，在实习的问卷调研部分，我们走上大街，拦截行人为我们做问卷，没有一个好的态度是没有人会愿意帮助你的，你与他人说话的语气方式对欧元决定这你是否能得到他的帮助。

实习结束了，但我们的学习之路才刚刚开始，我们要去学习的东西还很多很多。我们缺乏经验，不懂人情世故，工作态度不够积极，自主学习能力差。这些问题都要求我们不能放松，上大学不是我们的目的，我们要的是将来能过自己想要的生活。虽然只是一次实习，虽然我们学到的东西有限，但我们明白了很多，懂得了很多，只要我们能认真的去学习体会就会有提高和进步。

回想自己在这期间的实习情况，不尽如意。对此我思考过，学习经验自然是一个因素，然而更重要的是心态的转变没有做到位。现在发现了这个不足之处，我明白了何谓认真。在接下来的日子里，我会朝这个方向努力。再次感谢老师们在这段时间里对我的指导和教诲，我从中受益非浅。这一次的实践虽然时间短暂，但是依然让我学到了许多知识和经验，这些都是书本上无法得来的，本次实习使我第一次亲身感受了所学知识与实际的应用，理论与实际的相结合，让我们大开眼界，也算是对以前所学知识的一个初审吧!这次生产实习对于我们以后学习、找工作也真是受益菲浅。在短短的三个星期中，让我们初步让理性回到感性的重新认识。

我会把这此实习作为我人生的起点，在以后的工作学习中不断要求自己，完善自己，让自己做的更好。

一、实习目的

每学期放假前我们学校都组织我们进行实习，一般都是针对本学期的专业课程设臵的。这次我们的实习科目是市场营销调研，从7月5日开始直到7月23号放假的时间。

通过实习欲使我们正确认识营销调研的价值，灵活掌握营销调研的基本理论、基本方法和技巧,能够独立设计、组织常规性的市场调研项目，有效运用市场调研的基本方法与技巧解决市场营销中的实际问题，同时进一步培养我们观察问题、分析问题、解决问题的能力，为毕业后能够迅速适应和驾御实际营销工作打下坚实基础。

二、实习内容

1、确立调研主题

首先我们进行了分组，并确定指导教师，我被分到第10组，我们的指导教师是李冰老师。我们的第一个任务就是确立调研主题，只有明确了调研主题才能有针对性地开展调研活动。

是大型超市自有品牌商品消费者认知研究。虽然对我们来说有一定的难度，但是有老师的帮助和组员的共同努力，我们相信我们可以做的很好。

2、制定调研计划书

做任何事情之前都要有一个比较完整的计划，所以在开始实习之前我们小组内要制定一个相对完整的实习计划，这样才能有目的、有计划地组织和开展资料数据的收集活动。首先我们要进行文案调研收集整理调研课题的有关背景资料，第二进行观察法调研，取得一手资料，进行分析，第三进行文案设计和修改，在去确定问卷之后进行询问法调研，最后对所得数据进行整理统计分析、撰写调研报告和实习报告。

3、进行文案调研

首先我们要做的是进行文案调研，就是有目的、有计划地组织和开展有关研究课题资料数据的收集活动，通过各种途径收集二手资料和数据，了解所要研究的课题，并形成个人文案报告。对于我们来说资料的主要来源就是网络，迅速准确的从网络上找到自己所需的有用资料也应该是我们要熟练掌握的技能。在进行完文案调研之后我对整个调研主题有了更深刻的了解。

4.展开实地调研

（1）观察法：

品牌商品的情况，跟踪顾客记录其消费过程等。这些事情说起来不困难，但是要落实到实践上，真的是有些麻烦。一方面要分心记录数据，另一方面又要注意不能引起超市有关人员的注意，在跟踪顾客是更是很容易就会跟踪丢了。在这段时间里我们一次又一次的进出超市，装作若无其事似的进行数据的收集。最后我们还需要经这些数据整理出来形成观察报告，并进行相关的简单分析。

（2）询问法：

询问法是结合问卷设计的一般技巧，进行相关主题的问卷设计，要求设计出结构合理，紧扣主题的问卷。进行询问法调查时我们先要进行相关主题的问卷设计，再到各大超市进行实地的问卷调查，在问卷调查是要注意样本的选择和问卷填答的完整性等问题。在老师的帮助下我们完成了问卷的设计并进行了是调查，在进行最后的修改过后将问卷打印好并分到每个组员手中。在接下来的两天内我们分别去了重庆路的沃尔玛购物广场、家乐福超市，恒客隆超市、欧亚地下超市进行问卷调查。做问卷其间我们遭遇了很多的拒绝和冷漠，但同样有很多的好心人帮助我们填答问卷，这两天虽然很累，也有很多的委屈，但当我们拿到填好的问卷时我们都很高兴。 每日写调研日记，对资料进行整理。每天我们都要对收集到的数据进行整理，并要写调研日记记录每一天的都要过程，以便在撰写报告是可以有资料作为参照。

三、撰写实习与调研报告

不够扎实。通过报告的撰写，将三周以来的辛苦劳动转换成文字是一件痛苦并快乐着的事情。

调研准备阶段这一阶段主要是确定调研目的、要求及范围并据此制订调研方案。在这阶段中包括三个步骤。

（1）调研问题的提出：营销调研人员根据决策者的要求或由市场营销调研活动中所发现的新情况和新问题，提出需要调研的课题。

（2）初步情况分析：根据调查课题，收集有关资料作初步分析研究。许多情况下，营销调研人员对所需调研的问题尚不清楚或者对调研问题的关键和范围不能抓住要点而无法确定调研的内容，这就需要先收集一些有关资料进行分析，找出症结，为进一步调研打下基础，通常称这种调研方式为探测性调研探测性调研所收集的资料来源有：现有的资料，向专家或有关人员作调查所取得的资料。探测性调研后，需要调研的问题已明确，就有以下问题以待解决。

（3）制定调研方案：调研方案中确定调研目的、具体的调研对象、调研过程的步骤与时间等，在这个方案中还必须明确规定调查单位的选择方法、调研资料的收集方式和处理方法等问题。

四、调研实施阶段

在这一阶段的主要任务是根据调研方案，组织调查人员深入实际收集资料，它又包括两个工作步骤：

对调研方案、调研技术、调研目标及与此项调研有关的经济、法律等知识有一明确的了解。

（2）收集资料：首先收集的是第二手资料也称为次级资料。其来源通常为国家机关、金融服务部门、行业机构、市场调研与信息咨询机构等发表的统计数据，也有些发表于科研机构的研究报告或著作、论文上。对这些资料的收集方法比较容易，而且花费也较少，我们一般将利用第二手资料来进行的调研称之为案头调其次是通过实地调查来收集第一手资料，即原始资料这时就应根据调研方案中已确定的调查方法和调查方式，确定好的选择调查单位的方法，先一一确定每一被调查者，再利用设计好的调查方法与方式来取得所需的资料。我们将取得第一手资料并利用第一手资料开展的调研工作称为实地调研这类调研活动与前一种调研活动相比，花费虽然较大，但是它是调研所需资料的主要提供者。本章所讲的营销调研方法、技术等都是针对收集第一手资料而言，也就是介绍如何进行实地调研。

五、实习体会和经验的总结

在这段实习的时间里，我得到了老师的帮助、体会到了集体的力量。我首先熟悉了当代分工明确、高效率的办公，参与了一些具体的工作，学会了一些具体的工作方法，熟悉了各种办公自动化用具的操作。基本达到了假期社会实践的目的。

在这次实习中老师倾注了不少心血，小组中的每个组员对欧元进了全力，同样我们学到了很多在课堂和书本上学不到的知识。在以下几方面我有着深刻的体会：

（1）学以致用，基本功要扎实

也许你还在抱怨课堂是的知识枯燥乏味，没有意思，但也请你认真的学习，那些知识是以后我们在社会上立足的资本。如果没有经过这次实习我还不能认识到书本上知识的重要。以前总觉得书本上的知识枯燥乏味，根本没有多大的用处进而并没有认真的进行学习，在这次实习的过程中我才发现那些知识是基本，只有将基础打牢才会在工作中得心应手。知识掌握不牢固，应用不灵活，这是指导老师对我们的忠告也是我从这次实习中得到的教训。要想在以后的工作中学以致用，基本功就要扎扎实实。

（2）集体的力量大，团队精神很重要

工作往往不是一个人的事情，是一个团队在完成一个项目，在工作的过程中如何去保持和团队中其他同事的交流和沟通是相当重要的。这是我通过本次实习的有一个收获。在这次实习中我们是以小组为单位去完成一个调研课题的，在这个过程中我们要保持交流和沟通，是个人的工作和集体的目标相一致。这次作为一个小组的组长我深切感受到要协调好组内的关系并做好工作是意见很难的事情，要让每一个组员尽心尽力的去完成自己的分工部分，又要不脱离立体的目标，还好我们的组员都明白这一道理，不仅尽力去完成自己的工作，在其他人需要帮助时也毫不吝啬的伸出双手。

一个项目都像一颗树苗一样需要精心呵护才能成长，而作为培育者需要通过卓越的领导力来吸引各个部门的智慧和努力、资源和能量来共同帮助树苗的成长。而领导力也在一颗颗树苗成长的过程中一点一滴随之得以成长。 创造力的锻造也是如此。快速消费品的产品特质决定了公司需要不断的研发新的产品，而低卷入度的消费习惯也决定了既有产品需要不断进行理念和信息上的革新。因此，快速消费品是学习市场营销的最佳练兵场，而也是最需要创造力的战场。

（3）为人处事很重要，

社会经验多积累作为学生面对的无非是同学、老师、家长，而工作后就要面对更为复杂的关系。无论是和领导、同事还是客户接触，都要做到妥善处理，要多沟通，并要设身处地从对方角度换位思考，而不是只是考虑自己的事。这就是我们要急需提高的方面，在实习的问卷调研部分，我们走上大街，拦截行人为我们做问卷，没有一个好的态度是没有人会愿意帮助你的，你与他人说话的语气方式决定着你是否能得到他的帮助。

备的产品优势和低成本的竞争优势。事实上，一个消费者能否成为某产品的消费者，受其年龄、家庭生命周期、收入、生活方式、追求的利益、教育程度、地域等多方面因素的影响。

**市场营销的实训报告篇八**

经过为期四天的市场营销实习，我深感市场营销真是一门博大精深的课程。它包括了市场调研，选择目标市场，产品开发，产品订价，渠道选择，产品促销，产品储存和运输，产品销售，提供服务等一系列与市场有关的企业业务经营活动。虽然我们实习的时间较短，但收获还是颇丰的。

第一天我们在老师的指导下选择并确定了调研主题——苏州大学生旅游情况调查，然后设计了调查问卷。这说起来简单，过程确是相当艰难和坎坷的。在选择调研主题上我们就花费了很多脑细胞，一开始我们是想调查当代大学生网购的结构与行为分析，但当即就被老师驳回了。老师说那个主题太宽泛了，没有明确的目标，调研出的结果没有任何意义，而且我们根本不清楚自己的调研目的。后来经过组员集体商议讨论，决定以苏州大学生旅游情况调查。我们是把自己定位为一家旅行社，通过调查大学生关于旅行的情况，从而想办法将自己推销出去，以获取最后的利润。这个想法终于获得了老师的认同，接着我们大家在一起讨论了问卷的题目，题目的选择也是很有讲究的。问题不宜过多，最好是15至20个，而且最好采用封闭式为主，多项选择题后应标注清楚。问卷的每个问题都是经过我们再三推敲才决定的，所以在这方面进行地比较顺利。

第二天我们实施了调研，由于范围是苏州的大学生，我们决定两两分组去不同的学校进行调研。我和陈平负责苏州工艺职业技术学院和苏州大学文正学院，陈珍和蔡文妤负责苏州市职业大学和苏州工业职业技术学院，戴淑和丁丹丹负责苏州经贸学院和苏州科技大学，由于我们人员有限，所以还有一些学校不能兼顾到，也就造成了我们调研的不完善，但基本还是很具代表性的。在调研时有人会把我们当成推销的，不愿意帮我们填问卷，老实说被拒绝当然会比较失落，但也是可以理解的，他们没有义务帮助我们。虽然被拒绝但我们还是会很有礼貌地对他们说声谢谢。因为营销者一定要学会微笑，对自己微笑、对客户微笑、对困难微笑。微笑的魔力真的很大，当你见到客户的时候对他微笑，客户会觉得有种如沐春风的感觉，在良好的气氛中交谈肯定你的成功率会大很多。有人拒绝，当然也会有人很乐意帮助我们。在那些好心人的帮助下，我们顺利地完成了调研任务。

通过此次亲自进行调研，我对于如何做一位好的营销人员有了更深层次的理解：做市场营销其实就是也是在营销自己，营销自己的理念和自己的人格。做人很重要，不要想着去欺骗你的客户，客户可能会因为相信你而上一当，但是他绝对不会上二次当，你可能会因此失去更多的客户和机会。诚信对于营销者在整个的营销生涯中占有举足轻重的作用，无论在什么样的环境下一定要对自己说过的话负责任，诚信也是最基本的人格保证。还有一点就是持之以恒，凡事贵在坚持，客户不是一朝一夕就有的，是需要营销者长时间的努力日积月累起来的。如果你因为惧怕困难而放弃那么就永远不会成功，坚持到底就有见到曙光的那一天。

第三天我们将调研的数据进行了整理分析。整理数据是个相当繁琐的事情，特别是那些多选题，更加大了我们整理的难度，可经过不懈的努力，数据还是整理出来了。之后我们小组成员一起对数据进行了分析，分析完后开始撰写调研报告。关于调研报告我们都不太了解，经过上网查看了不少例文后，大致有所认识了。了解差不多后，开始写调研报告，有人根据数据绘制图表，有人负责分析结论，还有人查找建议。

最后一天，我们对此次调研进行了ppt的展示。我们小组的展示是分工合作的，每个人负责几张的讲解，这样使得每个人都有发言的机会。整体来说我们的展示还是没有什么问题的，只是其中有的小细节我们忽略了，例如：自助游和自由行，这两种旅游方式本质上是没有太大区别的，但我们把它严格区分了，尽管我们在问卷里有对其进行相应的解释，可这样的解释未必是准确的。还有我们的问卷样本数不够充裕，导致我们没有对无效问卷进行废弃，结果某项数据是不准确的。

这次的实习时间虽然不长，但每组实习的项目都是不同的，我们从中学到了不同的营销知识，真的很棒。在这次的实习中，每次完成任务我和组员都会积极参与，我们各抒己见，最后综合我们团体成员的意见去完成任务。其实，每一次都是一个学习的过程，每一次都可以通过队员之间的沟通从而学习到更多的知识。这次的市场营销实习课不仅仅学习的营销方面的知识，也进一步培养了同学之间的沟通与交流能力。而且老师上课的时候也很幽默，课堂一点也感觉不到沉闷。这次实习真是收获良多啊。

营销是一门很重视实践的课程，所以，倘若我们只会空谈知识，哪怕是再精妙的言论恐怕到了实际中也只是“空谈”。参与市场营销实习是非常必要的。我们要重视对于营销的实践，总结经验，不断地提高自己。通过这次市场营销实习，使我受益匪浅，在销售方面我不敢说有了深刻的了解，但通过学习使我理清了思路，这次的实习，把书面上的知识与实际相结合，这样不仅加深我们对营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的营销能力。

**市场营销的实训报告篇九**

紧张而又充实的实训活动已经结束了，但我们的进步并没有因此而结束，因为在这漫长而又短暂的两周，我们收获了很多，同时也成熟了很多。此次《市场营销竞争模拟》实训采用simmarketing软件，正如飞行模拟软件可以让飞行员在一个无风险的环境下练习操作飞行器的技巧一样，simmarketing营销模拟教学软件可以让我们在一个虚拟的模拟现实的商业环境中，在一段集中的时间里演练我们所学习的营销理论和技巧，同样也不需要承担在现实生活中可能面对的风险。

利用simmarketing软件进行营销模拟运作，让我们主动地去理解和体验在课堂上学到的各种营销理论、分析工具和操作方法，自觉地从营销战略的高度去考虑问题，并且在模拟的过程中不断地分析市场环境、分析对手的策略、然后组织实施和修正我们自己的营销策略。通过营销模拟实训培养我们的动手、动脑能力，以及我们的团队协作精神。该实训涉及公司的战略制定、产品研发、公司生产计划、品牌组合、价格制定、促销方案、营销渠道、团队沟通与建设等多方面，买美国学生都能直接参与模拟的企业运作，体验复杂、抽象的经营管理理论、督促学生去发现机遇，分析问题，制定决策，组织实施，从而掌握管理的技巧，感悟营销的真谛，真正实现会用、管用、够用的培训原则。它要以统计与调研、市场营销与策划等专业课程的学习为基础，也是对这些专业课程的理解、领悟和实践。在可能实现的成功或者失败的结果的基础上，对于营销体系方法的不断运用体会，是simmarketing营销模拟教学软件的优势。

1，通过模拟，是我们能够综合运用所学的市场营销、企业管理、财务管理等知识。

2，增强了我们的市场竞争观念，训练了在变化的市场环境下，不断跟踪、调整营销战略和策略，保证营销计划实施和目标实现的能力。

3，培养了我们现代管理者必须具备的“团队精神”，是我们在模拟过程中学会与不同性格、不同能力的人合作，取长补短，齐心协力地为实现公司目标而工作。

4，通过对模拟过程与结果的总结与评价，是我们加深了对所学知识的理解，并认识自己在能力上的特点和掌握知识方面的薄弱点。

1，simmarketing的模拟过程分为多个季度逐渐展开。在模拟的开始，营销小组将得到经济新闻、市场调查研究报告、公司经营报告等消息。

2，营销小组根据各种信息分析市场机会和挑战，评估公司的优势和劣势，通过小组充分讨论发展公司的战略，然后做出具体的营销计划。

3，小组的决策和竞争者的决策全部完成以后，simmarketing将模拟市场运作，产生结果，并且开始进入下一个季度。

4，营销小组将以经济新闻、产业报告和公司经营报告的方式接收到上个季度的市场运作结果，从而得到关于市场和竞争对手的详细资料。

5，通过对于新信息的分析和战略技术的调整，营销小组在接下来的几个季度中逐步完成持续的营销管理运作。

在为期两周的市场模拟实训课中，simmarketing软件为我们构造了完整的企业营销环境，模拟在一个相同的宏观环境中的某个产业市场，多个企业生产不同的商品相互竞争。我们分成若干个营销小组，扮演企业的市场营销部门的负责人，为企业营销部门制定相应的营销计划，以保证企业的正常运作及利润最大化。在整个过程中，我们学会了如何进行宏观环境分析、消费者分析、竞争分析和选择目标市场从而形成营销战略，然后根据营销目标制定具体的营销计划。最后运行营销计划，营销小组将看到其营销计划给企业及整个市场带来的后果，并可在以后博弈过程中不断进行营销策略调整，以在竞争中取得优势，最终达到为企业创造价值的目标。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn