# 2024年市场营销的实训报告 市场营销实训报告(实用14篇)

来源：网络 作者：春暖花香 更新时间：2024-07-24

*随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。市场营销的实训报告篇一由于系领...*

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**市场营销的实训报告篇一**

由于系领导的高度重视、实习单位的进取支持和实习师生的共同努力，20xx届本科毕业生实习进行得很顺利，取得了较好的成绩，同时也反映出一些问题。本届毕业实习全面落实了实习计划，使实习管理得到了规范，实习教学质量得到了提高，并得出一些建设性的提议。

1.实习时间20xx年x月x日—20xx年x月x日，共x周。

2.实习地点实习地点xx个。在xx内x个实习点，区外x个实习点。

3.实习资料

实习资料能够概括为两大类。一类是本专业范围内的工作，另外也有个别实习人数

（1）实习学生。20xx届x个毕业班的xxx名学生全部参加了实习；

（2）实习指导教师。共xx人。由于实习点多，地点分散，系领导、教研室主任和本学期任课教师及相关行政人员全部参加了实习指导工作。

5.实习形式

根据学院教务处的要求，采取集中实习和分散实习两种形式。分散实习学生自我联系实习单位，都出具了三方签名的书面材料（个人申请书、家长同意书和实习单位理解实习的证明书）。集中实习学生的实习单位由系里联系。所有实习单位都有专业教师指导。实习类型有毕业实习和毕业设计两种，毕业实习学生xx人（31个实习点），毕业设计xx人（x个实习点）。根据学生个人意愿和特点选拔毕业设计学生，其他学生参加毕业设计。

6.实习成果数据统计

（2）收到学生实习报告xx份。其中毕业实习学生每人一份，共xxx份；毕业设计每组x份，共x份。实习报告全部合格。

（3）收到实习教师每人一份实习总结报告，共x份。报告资料包括三部分。一是对学生在实习过程中的表现、本事、纪律情景和基础知识掌握程度的评价。二是结合实习单位的意见，对自我指导的每个学生给出综合实习成绩。三是就毕业实习过程中反映出来的教学存在的问题提出改善意见或提议等。全体学生综合实习成绩全部合格。

到达了毕业实习的预期目的。在学校与社会这个承前启后的实习环节，同学们对自我、对工作有了更具体的认识和客观的评价。本次实习采取分散形式。原则上以就业实习为主，同时与毕业论文选题相结合。本届实习的单位覆盖面很广，企业总体水平也比较高。实习收获主要体此刻两方面：

1.工作本事：

在实习过程中，绝大多数同学进取肯干，虚心好学、工作认真负责，主动参与企业市场调查、产品销售、外贸谈判、行政管理、财务管理、生产运作管理、人力资源管理等工作，同时认真完成实习日记、撰写实习报告，成绩良好。实习单位的反馈情景证明，我们的学生具有较强的适应本事，具备了必须的组织本事和沟通本事，普遍受到实习单位的好评。大多数学生能胜任单位所交给的工作。在毕业设计单位和有些企业，实习学生提出了许多合理化提议，做了许多实际工作，为企业的效益和发展做出了贡献。

2.实习方式：

实习单位指定指导人员师傅带徒弟式的带学生，指导学生的日常实习。学生在实习单位，以双重身份完成了学习与工作两重任务。他们向单位员工一样上下班，完成单位工作；又以学生身份虚心学习，努力汲取实践知识。同学们认真的.工作态度、较强的工作本事和勤奋好学的精神受到了实习单位及其指导人员的一致好评。

3.实习收获：

主要有四个方面。一是经过直接参与企业的运作过程，学到了实践知识，同时进一步加深了对理论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成了本科教学的实践任务。二是提高了实际工作本事，为就业和将来的工作取得了一些宝贵的实践经验。三是一些学生在实习单位受到认可并促成就业。四是为毕业论文积累了素材和资料。

4.组织管理：

实习领导小组成员亲自到实习单位，检查和指导实习工作，协调解决实习中遇到的问题，总结、交流工作经验。

指导教师们在整个实习过程中尽职尽责，对保证实习质量起到了重要作用。实习开始时，教师们深入学生和实习单位，阐明实习大纲及实习计划资料，明确实习目的和要求。实习过程中，结合实习单位的具体情景，帮忙学生学会具体地分析问题、解决问题，学会深化专业知识，用专业知识指导实践，指导学生做好具体工作；在业务不多的实习点，引导学生“找事做”，挖掘他们的实践经验；检查学生实习工作日记，掌握实习情景，指导工作及时有效；督促学生认真完成实习报告。实习结束后，教师们认真做好学生的实习成绩考核及评定工作，参加实习交流会，完成实习总结报告。指导教师平均每周与每个学生交流一次。指导方式有电话、电子邮件、下点、面谈等。基本到达了及时发现问题，解决问题，提高实习质量的目的。

**市场营销的实训报告篇二**

经过半学期的学习和实践，我对市场营销有了进一步的认识和了解，和团队成员一起努力完成了这学期的学习任务，我相信我们团队的每一个成员会像我们团队名一样迈向成功！

市场营销是帮消费者购买某种产品或劳务，从而使双方利益都得到满足的一种社会管理过程。市场营销是指企业的这种职能，认识目前未满足的需要和欲望，估量和确定需求量大小，选择和决定企业能最好地为其服务的目标市场，并决定适当的产品，劳务和计划(或方案)，以便为目标市场服务。

市场营销就是商品或服务从生产者手中移交到消费者手中的一种过程，是企业或其他组织以满足消费者需要为中心进行的一系列营销活动，市场营销学是系统地研究市场营销活动规律性的一门科学。

我们通过队案例的分析，通过对实践中问题的思考，解决问题，发现问题，来实现对市场营销的学习。

一、实践中总结的经验

市场营销是一门科学，而企业实际的市场营销活动则不仅要讲究科学性，还要讲究艺术性。市场营销就是在变化的市场环境中，旨在满足消费需要，实现企业目标的商务活动过程。包括市场调研，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的企业业务经营活动。当需要制定一个计划之前要目标确立、资料齐全无误之后，才可以制订计划。无论做哪种产品的市场营销首先就是了解这个产品，了解产品的性能和优缺点，了解产品的所有信息；尽量了解这个产品的市场的发展起源和现在、以后的发展方向，多找些资料预测一下这个产品的市场前景，做到知己知彼。

每种产品都有不同的消费群体，一个优秀的市场营销者一定会认清自己产品的消费群体的特点，例如你的产品主要针对于个人还是公司，如果针对于公司那麽针对的公司是什么类型、针对于个人是老年人或是儿童等等，不同的行业有不同的模式我不能一一列举，也不会一一列举，请勿见怪。这主要依靠自己的摸索和实践，只要能细心的观察市场就一定会有所收获，实践出真知。尊重你的竞争对手，很多业务员把其它公司的业务员看成敌人，这个想法是错的。如果你刚好在客户那边见到其它厂家的推销员，可礼貌地发张名片给他，他一般也会回张给你，说不定还有意外的收获。

二、实践中积累的知识

市场营销又称为市场学、市场行销或行销学。简称“营销”是指个人或集体通过交易其创造的产品或价值，以获得所需之物，实现双赢或多赢的过程。它包含两种含义，一种是动词理解，指企业的具体活动或行为，这时称之为市场营销或市场经营；另一种是名词理解，指研究企业的市场营销活动或行为的学科，称之为市场营销学、营销学或市场学等。市场营销观念和理论首先被引进生产领域，先是日用品公司，如小包装消费品公司，继而被引入耐用消费品公司，接着被引进工业设备公司，稍后被引入重工业公司诸如钢铁、化工公司。

其次，从生产领域引入服务业领域，先是被引入航空公司、银行，继而保险、证券金融公司。后来，又被专业团体，诸如律师、会计师、医生和建筑师所运用。连其社会领域及政治领域也商品化，因而市场营销原理与方法亦应用于这些领域，如将市场营销方法应用于大学、医院、博物馆及政府政策的推行等社会领域中；根据公众不同的政见进行市场细分，然后采用广告宣传去影响或改变公众对政府政策的反对态度；再如西方国家政党及政治候选人应用市场营销方法对选民进行市场细分，对选民进行广告宣传，争取选民投票支持。

市场营销的应用还从国内扩展至国际市场。与市场营销学应用范围的扩大相适应，市场营销学从基础市场营销学扩展为工业市场营销学、服务市场营销学、社会市场营销学、政治市场营销学及国际市场营销学。

通过半学期的学习，我们小组成员养成了良好的团队意识，团队精神，我们通过认真的讨论，分析来完成任务完成学习计划。

**市场营销的实训报告篇三**

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**

市场营销这个词一直给我一种感觉，就是表面上看起来这门学问好像很简单，只要掌握了它的基本的理论知识就可以在现实中把它应用的如鱼得水，其实不然，通过这个学期又一次的营销实训，我明白了任何事情都是纸上谈来终觉浅的，不把它应用在实际当中我们永远不知道它真正的含义与作用。

就比如说这次的营销实训案例分析，在这之前老师在课堂上给我们讲授了很多内容，我们了解了一些市场营销环境分析的方法，认识了市场营销调查的方法与技术，见识了各种神奇的营销策略是如何让应用到实际问题中并且把企业发展的那么强大的，当然我们了解了很多的书本有关市场营销的内容，但是不经过这次实训我们无法知道市场营销真正的精华所在。这次我们小组选择了案例分析这个题目，通过查找阅读大量的营销案例并分析市场营销策略这件法宝在企业运营当中所起的作用我们仿佛找到了它的精髓所在，下面就是我们这次试训的过程以及我的心得体会。

我们小组自上次的实训课开始就一直在一起，这次的实训也不例外，我们的实训的课题要求是选择一个具有代表意义的市场营销案例进行分析、陈述，了解市场营销在企业经营中的地位、作用以及市场营销活动的过程，并设计我们的实训报告。我们团体一共有七个人，当得知这次实训的主题，我们各抒己见，定好实训题目，接下来的就是大家激烈的讨论与协商。

我们查找了大量的案例，并且每个人对自己所查找的案例都给出分析和自己的看法，决定我们的分析从哪方面入手，最后根据我们团体七个人的想法和意见，最终选择了奥普浴霸这个题目，我们从他的发展过程以及企业对产品的定位、环境分析、市场分析等方面着手考虑，做总结报告之前，我们计划好了实训每天的任务，根据计划，我们在努力，每天都认真完成任务。首先我们分析了这次营销的环境，只有先分析好营销环境，才能制定好营销战略与策略。

分析奥普企业所处营销环境时，我们几个人，一起考虑，每个人都说出自己的看法，不管正确与否，然后统一意见。环境分析完，我们也对这次确定的市场有了进一步的了解。紧接着就是营销策略组合，这步是最关键的，需要从产品、价格、分销渠道、促销这些方面分析，每一个分析都要从实际出发。作报告书的时候我们齐心协力，通过询问，上网搜索，外出调研等等来计划我们的报告书，有困难大家都一起解决了。由于明确分工，我们的工作最后很好的完成了。我们终于有了些许成就感。

实训结束后我想很多也收获了很多，对奥普成功的起源有了深刻的触动，我们知道一个产品从投放市场，要经历认知、认可到购买，需要企业和商家花巨大的财力、精力。浴霸的推广受到了企业自身条件、收入水平、消费观念等因素的影响，但经过多年的市场培育，城市消费者对浴霸的认可度有了大幅提高。奥普做的最成功的地方就是他们的产品策略，他们根据对洗浴产品市场的分析和对竞争对手的了解，为自己的产品进行的一个定位，他们对于产品不求全不求多而求精，将最专业最高端的技术应用于一种功能上，为一个企业，必须集中所有优势，在一个专业的领域上开发经营，这样才能把工作做得系统，做得细致。奥普集中了所有的技术优势、资源优势、品牌优势，定位于卫浴电器产品的开发和推广。

这就是他们成功的关键所在。另外，奥普欠缺的一点就是他们二、三级市场的推广的创意，二、三级市场往往地域广阔，目标销售网点之间距离较远，不容易控制；面对竞争对手，同样的价格同样的服务，只有注重细节，向更细的空间开拓，渗透下去。当然，渗透战术必须合理安排人力，人海战术谁都会，成本控制不住，还是吃力不讨好，总体利润会降低，人员奖金不高，久而久之，战斗力必然减弱，恶性循环随之就会到来。由于西部经济欠发达地区及城乡地区这样的二、三级市场，浴霸产品尚未全面渗透，而其市场容量又非常之大，因此，我们单独拿出来做重点策划。

这次的实训，把书面上的知识运用到了实际的案例中，这样不仅加深我们对营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的拓宽了我们的市场营销的理解。通过团体合作，我们懂得了合作的重要性以及懂得了怎样去配合一个团体，这为我们以后面对社会打下了基础。

这次的实践经历使我们终身受益，给我们积累了经验，能够让我们更好地面对未来。在这里，我想说一句：因为有你们相伴相随，所以在实训的每一天都很快乐很充实也很踏实，愿我们继续一路同行。感谢冯老师的谆谆教导，让我对市场营销这门课程产生了浓厚的兴趣并且学到了我最想接触的知识，也许我学到的仅仅是营销领域的冰山一角，但是我会更加努力，在这片领域有所发展，创造属于自己的一篇新天地。

**市场营销的实训报告篇六**

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。

**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**

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十**

在新社会我们不光要有书本上的理论知识，我们更需要的是在实践中的学习。实训课让我们深刻地体会到了纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行的道理。从市场营销这门课的性质来说：“它是一门实践性很强的专业课程，理论结合实际显得尤为重要。书本上的内容和实训中的有很大的差别。我们除了要学好课本上的理论知识外，更重要的是在实训中所获得的经验。利用课堂知识指导实训任务，实训经验反哺理论知识，从而实现理论联系实际，缩小两者间的差异的目的，努力将自己锻造为社会所需、企业所用的人才！完善了自己的营销知识与常识实践是检验真理的唯一标准，理论联系实践是我们在学习过程中不可避免的。通过专业实训，加强对市场营销基本理论、基本方法和基本技能认识和掌握；在整个大学的学习过程实质就是理论知识的汲取，为了缩小理论教学与未来企业营销实践的差距，营销专业的实训成为了重要的实践性教学环节和必要的过程；实训就是一种实践过程，我们可以通过实训来提高自身的动手能力与分析问题和解决问题的能力，为后续教学提供更多的感性知识和打下良好基础。实训在帮助学生从校园走向社会起到了非常重要的作用，通过实训，让自己找出自身状况与社会实际需要的差距，并在以后的学习期间及时补充相关知识，为求职与正式工作做好充分的知识、能力准备，从而缩短从校园走向社会的心理适应期。作为一个学习市场营销的学生，专业实训不仅仅是一次学习的过程，更是一种磨练或者说一次历练，因为当代社会是一个充满向往和残酷竞争的社会，每天都上演着没有硝烟的为争夺市场的战争。因此我们要不断地提高自己。

20xx年4月15号—4月26号

实训的主要内容是要了解因纳特市场营销模拟软件的性能。因纳特市场营销模拟软件的主要内容一是：“即时数据，它可以时刻地让你了解你自己公司的相关信息。二是营销环境，市场营销环境主要包含了市场调查信息、市场调查问卷、竞争对手调查、市场调查报告等四个方面内容。三是swot分析，swot分析主要包括stp分析和目标市场。四是市场定位，市场定位主要包括西北、西南、华南、华东、华中、华北、东北等七个市场。五是产品策略，产品策略主要包括产品研发、技术购买、产品包装和产品生产。六是价格策略，价格策略主要是定价和调价两方面内容。七是促销策略，促销策略主要就是宣传策略与促销活动。紧接着以下内容就是交易中心、物流配送、财务报表。”这些就是市场营销实训的主要内容。

在我看来实训过程是紧张而激烈的。是一个绝对考验你头脑反应能力和果断能力的考验。从一开始的市场分析开始就影响了你接下来的经营。一开始你要做的就是做市场分析和调查，它对你来说非常地重要。它决定了你接下来的基本走向。比如说华北地区高中低档产品销量很好，那你就要做出相应的市场开拓和投广告……一般来说只是我个人的想法，在选取目标市场时我不会选取一开始低中档销量很高的地区。因为大家都认为这个区域好的话，那么相对来说它的竞争压力较大。想要拿到单你就得多投广告。这样就增加了你的资金压力。在投广告的过程中我觉的尤其的重要。广告决定了你的知名度，决定了你能不能拿的到订单。我觉得有无订单是一个公司是否存在的根本，所以它的重要性就不用我多说了。关于怎样快速地提高自己的知名度，在此有一个小方法与大家分享一下：“就是一开始就去投户外的的广告，虽然它的价格比较的高，但是它的知名度提高的的真的很明显。这样就避免了在别的地方投了很多钱知名度却上不上去的苦恼。”在抢单的环节：“我们一般都是先抢单，之后才去生产，如果你要是拿到单后立即就去生产的话，就会错失很多拿单的机会，因为市场饱和的很快。你能拿单的机会也很少。”下面是我做的成绩截图，做的不是很好，但我会做出认真的分析以便找出原因。从这张表中可以看出我只生产低档、中档产品。没有生产高档的。因为如果想要达到生产高档的水平的话，相应的产品研发投入就要高一些。如果我想要卖高档的怎么办啦？你可以去自由交易中心看看，那里可能会有高档出售，而且价格相对较低。再来分析一下我的品牌知名度：“我觉得我存在失误的地方就是不应该在华北地区有所投入。因为当别人的品牌知名度达到几十时，我的就完全被淹没了，我所投入的资金就打了水漂。最后来分析一下我的产品库存：“在产品库存方面我觉得我还是算的挺准的，一般在年末的时候，在没有失误的情况下，所生产的货一般都能卖完，即库存为零。

通过一段时间的市场营销专业实训，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，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，例如最简单的例子，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。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。实训是个人综合能力的检验。要想胜任这些工作除了课本上的理论知识功底深厚外，还需有一定的实践动手能力，操作能力。此次的实训，我也深深体会到了积累知识的重要性。现在，我们能做的就是多吸取知识，提高自身的综合素质。自己有了能力，到时候才会是“车到山前必有路”。今后社会需要的人才是一专多能，甚至是多专多能的人才，这一理念带给我的冲击就是：学海无涯，只有不停的学习新的知识，掌握新的技能，你才能被社会所接受，营销是一个很重视实践的专业，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”。所以学校组织我们参加实训是非常必要的。我们要重视对于任何营销的实践，总结经验，不断地提高自己。

**市场营销的实训报告篇十一**

通过本阶段的实训，培养我们的具体营销策划能力。 主要培养以下能力：

1、培养企业运作与管理的理念与运用营销策划理论的能力；

2、培养创新精神与创新管理能力；

3、培养观察环境，配置资源，制定计划的能力；

4、培养分析界定问题，科学决策的能力；

5、培养分析组织结构，协调职权关系，制定组织规范的能力；

6、培养树立权威，有效指挥的能力；

7、培养协调关系和与他人沟通的能力；

8、培养对工作有效控制的能力；

9、培养搜集与处理信息的能力，特别是利用网上资源的能力；

10、总结与评价的能力。

1、学生必须高度重视营销策划实训的重要作用，明确实训要达到的目的。

2、在实训前要熟悉市场营销的基本理论，掌握市场营销的基本方法。

3、严格按照营销策划的基本程序、技巧和方法独立完成每一个实训项目。

4、实训一般分组进行，每组 4—5 人，在教师指导下开展策划活动，完成规定任务，提交营销资料和策划ppt并进行演讲。

5、在每个实训项目完成后，学生必须提交工作情况、营销资料和策划报告书。

本学期9到18周

商学院营销实验室

在9周实训中，我们共完成3项大任务

1、化妆品的包装和其他竞争对手之间的突出卖点、差异化、品牌全称；

2、主要客户，例如女性用户的专业美容人士；

3、主要消费渠道

4、消费行为适用的场合

5、产品的机会点。利润点在哪？

我们组的成果：在阿荣娜主要构思下，我们设计了一款专门为孕妇提供的护肤产品——依孕美，并用以ppt形式根据老师要求进行了产品介绍。

1、特别关注或者商界书上的招商广告找一个

2、设计某一个产品的招商广告

我们组的成果：在蔡忠亮主要构思下，我们成功的以ppt进行了旅游卫视媒体优势广告招商，并以 “大中国、泛旅游”的传播理念为主要招商亮点。

为一个产品做一份策划书。

这是本次实训最后一项任务，我们全组一起分工协作，给这次实训完美的划上了句号。

在实训的过程中我们整个组感受最深有以下几点：

其一，实训是让每个同学检验自己的综合能力。要想做好任何事，除了自己平时要有一定的功底外，我们还需要一定的实践动手能力，操作能力，因此，每个同学都应该多在实践中提高自己的能力。

其二，此次实训，我深深体会到了积累知识的重要性。在这个竞争如此激烈的社会中， 只有努力充实自己才能够站得住不被淘汰。

其三，实训中，让我们明白“创新”在营销策划过程中是非常重要的，但是这同时也需要我们在生活中重视发现细节并进行相应的思考，在可以培养出来的。

其四，实训是让每个同学有机会确定自己的未来方向。以前缺乏实践，虽然我们心中认为自己有能力完成自己理想的职务。但由于缺乏实践经验，所以对自己的未来也十分迷茫， 但通过这次实训我们体会到了任何看似简单的工作都充满艰辛， 这次实训使我们认识到做相应的工作所需要必备怎样的能力， 只有我们确定了自己未来的方向， 定下目标才能给自己定位，并努力提升自己来让自己适任职位。 \"千里之行，始于足下\" ，这是一个短暂而又充实的实训，我认为对我们将来走向社会 起到了一个桥梁的作用，过渡的作用，是人生的一段重要的经历，也是一个重要步骤，对将来走上工作岗位也有着很大帮助。

最后，非常感谢王老师在此次试训过程中予以同学们的指导和帮助。这次实训对于我们以后的学习和工作都是很有帮助的，也使我们也更加有信心迎接即将到来的各种考验。

**市场营销的实训报告篇十二**

我们公司全体成员利用周六的时间，在学校实训广场做牛奶销售，经过一天的时间，圆满完成此项工作。我们把十箱牛奶分开进行销售，8箱按35元买，剩下的两箱按盒买，总共盈利22元。

首先\*\*这个品牌知名度较高，比其他品牌的价位较低。\*\*优酸乳含有大量的益生菌，适合于各个年龄段的人，根据我们的市场调查，在周末的时候，实训广场的人流量大，所以我们公司销售地点定在实训广场。

在周六的早上我们公司的成员搬着牛奶来到实训广场，展开了\*\*优酸乳大促销，把我们的条幅拿出来，吸引更多的消费者，而且我们公司销售的价格较合理，用较低的价格来吸引更多的顾客，总共十箱，按箱是每箱35元，按盒是每盒1.5元，经过我们一天的努力，把我们公司的牛奶全部销售完，也得到许多消费者的认可。

经过我们一天努力的奋斗,我们总共盈利了二十十二元，当我们把最后一箱卖出去的时候，心里有中说不出的感觉，拥有一种很大的成就感。虽然这次销售盈利不多，但是我们也付出了努力，这是我们人生中第一次的促销活动。圆满的完成了老师的作业，通过这次促销活动我们了解到了团体的力量是巨大无比的,终于领悟到了社会实践的重要性，并注重实践与理论相结合的原理。

一：实训简介是：我们公司销售的是\*\*优酸乳，我们组总共11箱牛奶，我们在学校隔壁的幼儿园共买出了7箱，每箱牛奶买38，回来时在学校门口的实训广场销售我们剩下的几箱牛奶，通过我们组人的共同努力把剩下的几箱牛奶卖给了各个系的同学，在这次销售牛奶的实训后我们组11个人共赢利43元钱同时我们也成功的把实训的作业完美的完成了。

二：市场分析是：我们还是在校大学生对于外边的市场还不是很了解，我们对于销售市场也没有很好的说服力，更没有他们那些所谓的品牌影想力。所以我们必须选一个对市场很有影响力的品牌，在学校的周围也有各种商店及超市在销售牛奶从而市场给予我们的压力就不言而知了。

三：执行情况是：我们组的成员在4月16号的下午放学后来到学校互近的幼儿园开始销售我们的牛奶，在幼儿园我们以每箱38元售出7箱，然后在学院的实训广场以每箱35元售出4箱给各个系的同学们，通过我们组各个成员的共同努力把我们的实训课完成了。

四：收获及感受是：通过我们这次的室外实训课销售牛奶的经历让我感受到了干什么都是不容易的，并且要想在这个社会和市场中生存下去我们必须比别人付出更多的努力。同时我在这次实训课中我也感觉到了自己的很多专业知识欠缺,对专业知识的掌握情况也不是很乐观，以后就该更加努力学习于理解。

**市场营销的实训报告篇十三**

市场营销实训课程个人总结作为一个学习市场营销的学生，实训操作相比原来那种纯理论性的授课方式，这种方式能让我们更容易去学习它。以前那种理论性的授课方式基本上是老师一讲到底，主观色彩太浓，限制了学生的知识视野和想象创造的天地。而现在的时代需要动手能力强的人才，能真正在社会的各个领域里从事干效率的创造性劳动的人。

在本次实训中，我们团队商议着营销的产品，进货地点、产品的性价比及季节性销售较好产品的调查。在最后我们只选取了其中两种产品进行销售，进行卫生用品销售期间，我们也卖过小零食，也在实训末尾做过西瓜生意。

在这次实训中我发现，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，我们的一个微小的动作都可能会使我们成功或者全牌皆输。

成功率会大很多。还有在现代通讯非常发达的今天，一定要用多种渠道去开拓我们的客户，多给自己争取一些机会，营销者才会在残酷的市场竞争中拥有自己的一席之地。

通过实习我明白到：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也是相当重要的。一位资深人力资源专家曾对团队精神的能力要求有这样的观点：要有与别人沟通、交流的能力以及与人合作的能力。合理的分工可以使大家在工作中各尽所长，团结合作，配合默契，共赴成功。个人要想成功及获得好的业绩，我牢记一个规则：永远不能将个人利益凌驾于团队利益之上，在团队工作中，会出现在自己的协助下同时也从中受益的情况，反过来看，自己本身受益其中，这是保证自己成功的最重要的因素之一。

总之，这次的实训，把书面上的知识运用到了实际，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。通过团体合作，我们懂得了合作的重要性以及懂得了怎样去配合一个团体，这为我们以后面对社会打下了基础。这次的实践经历使我们终身受益，给我们积累了经验，能够让我们更好地面对未来。并且这次的实训给予了我不同的学习方法和体验，让我深切的认识到实践的重要性。

在以后的学习过程中，我会更加注重自己的操作能力和应变能力，多与这个社会进行接触，让自己更早适应这个陌生的环境，相信在不久的将来，可以打造一片属于自己的天地。

文档为doc格式

**市场营销的实训报告篇十四**

时光飞逝，一点点的不断积累，在这段时间的工作中我们通过努力，也有了一点收获，好好地做个总结并写一份述职报告吧。相信大家又在为写述职报告犯愁了吧！下面是小编收集整理的2024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。

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。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不少。

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。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非常重要的，对于规则的了解会影响我们小组的运行和成败。

通过沙盘的实训，让我受益匪浅。

第一，认识了团队合作的力量，要完成一个项目不是一个人的事情，当中我们有过分歧但最终达成共识，不管这次的结果会怎样，至少我们曾经在一起努力过，体验其中的过程才是真正的收获。

第二：在我做间谍的过程中，我发现，原来要成为一名出色的间谍一点也不容易，因为间谍的危险性大，挑战难度高，同时间谍提供的信息一定要准确，信息的准确将会影响我们的决策。

第三：通过这次的沙盘模拟，我认识到了我们小组的不足，我们小组的速度比较慢，深思熟虑的时间过长，另外我们公司本来经营的很不错，但是由于我们中途的价格看错，定价低了，使我们公司损失惨重，单单其中一家公司，我们就损失了50左右个币。这是我们公司决策上的失误，我们应该检讨我们的粗心大意。另外我们公司曾经参加过抢顾客这一个环节，由于我们经验的不足，抢不到4号顾客，但是塞翁失马焉知非福，对于我们公司而言一开始玩这个游戏，根本没有能力去经营4号顾客，所以有时候要学会放弃。还有最后一点，我们公司的眼光不够长远。

通过这次的沙盘模拟，我认识到了自己的不足，数据的提供过少，协作决策的时候没有仔细认真的做好检查，导致了公司的损失。

总之，这次的实训给予了我不同的学习方法和体验，让我深切的认识到实践的重要性。在以后的学习过程中，我会更加注重自己的操作能力和应变能力，多与这个社会进行接触，让自己更早适应这个陌生的环境，相信在不久的将来，可以打造一片属于自己的天地。

一、实训性质：专业实训

三、实训方式：集中实训

四、实训总结

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。

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，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。

一、实习目的

毕业实习是市场营销专业学生在完成课程之后进行的综合实习，是贯彻理论联系实际的教育原则，实现院校培养目标不可缺少的教学模块，其目的是让学生学习了解市场营销的实际操作模式，熟悉一般的业务手段和方法；了解市场现状，应用所学理论知识，提出改进建议；在真实的工作环境下，认识自我，磨砺意志，锻炼心态，考虑就业方向的选择。实习生应端正态度，克服实习过程中出现的困难和挫折，真正做到理论与实际相结合。同时，实习是学生从学校到社会的一个良好的过渡。

二、实习内容

根据学院教务处的要求，我们市场营销专业采取集中实习和分散实习两种形式。分散实习学生自己联系实习单位，集中实习学生的实习单位由系里联系，集中实习的单位有专业教师指导。我选择的是自主实习也就是自己联系工作单位。从事的是与自己专业相关的工作，销售和市场推广。

刚接触这份工作的时候，是充满信心的，只是后来慢慢地发现一次次被现实打败。顶着市场营销专业大学生的光环，一开始瞧不起身边一些学历低的人。但销售人员是靠业绩吃饭的，当他们的业绩一路飙升而自己仍在原地的时候，才真的是羞愧难当。大学生带来的不是荣誉而是一种耻辱，所以我从此不再说自己是混过大学的人。也知道了外界对大学生的一些看法，每天只是恋爱、游戏、用父母的钱挥霍着自己的青春。所以时下流传一句话：高学历有能力的是打工一簇，低学历的都当老板去了。虽然有点夸张，却有一定的道理。学历高的人由于知识太多思维被禁锢，有时连基本常识都不懂。缺乏冒险精神和创新意识。

销售人员的职责就是把自己的产品卖给别人，把别人的钱财收为己用。每次都要自觉主动的联系客户，拉拢关系，然后推销自己的产品。也就是主动出击，广泛撒网，重点培养。在实习过程中有几件事让我感触极深。

第一件事是有次陪客户去吃饭，虽然说是饭局其实就是酒局。一群人在一起喝酒吹牛然后生意不知不觉就谈成了。那次是有一个所谓的女强人在场，她有自己的公司，而她老公只是一个普通的打工仔。人家常说一个成功的男人背后有一个默默支持的女人，而一个成功的女人背后有一个窝囊的男人和一群追逐的色狼。话说这女人酒量那是海量啊，陪酒技术是一流的，我以为她的业务就是从酒桌来的。结果远没有这么简单，听说她的客户经常会提出一些无理的要求，不答应就不签合同。她为了自己的事业有时候只能献身。这时我才懂得有时候就算是一个有专业知识的大学生远不如一个懂得人情世故的女人。而女人在当今社会仍然是一个弱势群体，要想在社会上建立一番事业必须付出一些特有的东西。抛头露面的女人很多并不喜欢这种生活，甚至厌倦，但因为各方面的压力只能扛下去。

第二件事是我在实习的途中，常与一个高中好友保持联系。此人是属于有理想的人，却总是眼高手低。大专毕业后找了份专业对口的工作因为嫌弃工资低就辞职了，认为作销售赚钱就去找这方面的工作，找了份电话营销的工作，因为一个月都没有业绩，感觉没有想象中那么有钱，承受不住压力就又辞职了。此时听说搞汽车美容赚钱，竟然去做起了学徒，不禁让我感叹他大学白读了。心想这次总该稳定下来了吧，他自己也信誓旦旦要做出一番成绩。结果没几天觉得太累了又不干了。现在好像在深圳工作了，也不知道会坚持多久。这让我思考大学读的到底是什么呢？我们收获了什么？为什么有些用人单位不愿意招大学生？仅仅是因为薪金的原因吗？我认为大学至少要学会一种思维方式，不同于别人的思维方式，因为我们接触的人群都是接受过高等教育的。可有些人养成一种优越感，这不是说其自信，而是他们总觉得自己是千里马却没有伯乐来赏识，于是频繁跳槽，眼高手低最后抱怨这个社会的不公平。

第三件事也是关于同学的。其实还在我实习之前我就知道钱的来之不易，特别是实习后更明白钱是自己辛苦赚的，要花也要花在刀刃上。就在我实习的时候同样有位同学的行为和想法让我思考很多。他就一个月一千多的水平，却想着买手提电脑和考驾驶证。据说买电脑是为了方便以后工作，考驾照也是为了以后的工作。但凭我的了解，他如果买了电脑多半是拿来做游戏机。在外面工作的时候，看到很多人奔波不止，为了家庭和事业。而我们这次实习后就不再是学生了，要相应承担起一些责任和义务，不能再有一人吃饱全家不饿的想法。以前假期勤工俭学挣的钱可以作为自己的零花钱，但实习后挣的钱得为将来做打算了。成家也好，立业也罢，都离不开钱做支撑。在美国过了十八岁就要独立了，父母不再约束。我们不能和西方国家一样，但至少大学毕业了不可能再要父母负担了吧！如果我们的家庭宽裕，我们可以挥霍，但家境一般就没必要了。我们的消费要切合实际，快毕业了要学会生财和理财。

在实习的过程中，其实也是一个学做人的过程。要懂得低调做人，比自己厉害的人大把大把的是，虽然做人非常重要，但专业知识也不可或缺。每天过得一样却又一样，有人在成长有人在死亡。时间长了，如果没有目标，会陷入无聊的漩涡。每次我都如此鼓励着自己：今天是我们这一生里最年轻的一天，我们没有理由不活得精彩，过得充实。

三、实习收获

关于实习的收获主要有以下几个方面。一是通过直接参与企业的运作过程，学到了实践知识，同时进一步加深了对理论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成了本科教学的实践任务。二是提高了实际工作能力，为就业和将来的工作取得了一些宝贵的实践经验。三是我在实习单位受到领导的认可并促成就业。四是为我的毕业论文设计积累了大量的素材和资料。

同时也让我明白了许多的人生道理，看清了许多的社会现实。在当今社会，能力并不是最重要的。首先要在社会立足必须拥有强大的人际交圈，雄厚的资金和一个好的项目，最后才是个人的能力。懂得了失意时不要气馁，得意时不要忘形。在市场营销工作当中，失败者总是找理由借口，成功者找方式方法。做销售的时候，心态远比能力重要，积极乐观的心态，自信的心态，包容的心态和平常的心态可以助你走向成功。

四、实习总结

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。

市场营销可以表述为个人和集体通过创造并同别人交换产品和价值以获得其所需之物的一种社会过程。通过一周的学习我了解了这一社会过程。

其中两天的市场调查使我们找到了目前眼镜市场的发展趋势(目前眼镜市场的可观暴利已经不言而喻，因此我们决定以高科技，多功能为主导开发自己的新产品。

调查的第一天我们先制定了假设了以健康型眼镜为主打产品的大致方向，然而却有数据和案例明显的表明市场对健康型眼镜的需求量不大并且有大量的所谓绿色产品已经出台，作为一项竞争力是十分匮乏的。更何况，开发新产品的投资资金过高却回报率不够。随之，我们将目光转向了运动时尚领域——通过对眼镜市场的整体和分项调研后发现，宏观上，眼镜市场由于几乎进入饱和期以至于顺应潮流的发展，无论是框架上、包装上都起了变化，但只是一个初步的发展，所以市场潜力是巨大的，对我们的产品而言，无疑会带来商机。微观上，我们的新产品是带有一定技术含量的，这不仅是在符合新时代人类的心理需要，也是在技术上和价格杠杆上的革新。我们利用internet 遨游网络，学会并寻找到了想要的资料。这也是培养了我的自学能力以及对信息收集筛选的能力。

在经过了整整两天的咨询、剖析、清理之后，比对着样板目录上的内容，逐一将内容分类、规划。从市场环境、市场或产品分析、营销目标设定、营销策略再到具体实施方案，每一步都有我们组的成员们一起讨论；从市场调查中更新自己的理念，揣摸市场的潮流走向，到发掘现有和潜在的顾客群体。将那些唯独属于我们自己的独特见解一起融入在计划之中。

在此期间，我们对产品的命名上也是捉摸再三也没有想出个所以然来。最终，只得搁置在做板报设计和产品外包装时再作定论了。

在板报设计与外包装制作过程中，我们由于是分工合作，而我主要是负责营销计划撰写中的几部分内容，因此也不能说太多了。只是见着了同学们的辛劳，利用课余时间都在马不停蹄的赶工，构思 — 排版 — 制作，步步坚实的，最终我们的产品模型“诞生”了。以绿为主色调，代表我们倡导“生命在于运动”的传统理念。以银色为核心，代表我们新产品的新生力量以及高科技的利用。新旧结合，体现出我们对眼镜市场用户群体的独特分析角度以及新型的产品理念。同时，在制作过程中还学会了废品的利用。兴许，我们的组长是个板报能手，通过与我们产品品牌策略的结合，以新颖、流畅的线条与色彩为新产品打造出一份独特的宣传作品。

上面提到了，我在此期间主要是撰写营销计划的内容内容，瞎掰也好，篡改也罢，让我感觉奇迹般地发觉自己居然涉及到了商务领域。不仅让我对市场营销专业知识的掌握和巩固，更是让处世不深的我以学习的方式在涉足社会的表层，开始对所谓的商业行当有了个大概的轮廓。

人的需要和欲望是市场营销活动的出发点，所谓需要是指没有得到某些基本满足的感受状态。所谓欲望是指想得到基本需要的具体满足物的愿望，这也是我们在市场营销策略中所充分体现的理念之一。在产品策略中，我们对产品的生命周期作了测算，以此对品牌的打造期限，促销、定价都做了一定的规划。在市场导入期策略：为使产品尽快进入市场，产品的营销沟通除以提升知名度的品牌广告或公关活动外，开展针对消费者或通路的促销是十分必要的。

期间采取的策略主要有：通路激励、免费试用、附送赠品、退费优待。在市场成长期的促销策略：当产品进入成长期，品牌广告和公关活动担负着提升品牌形象的任务，此时销售促进应以建立品牌偏好为主。其中促销策略有：公关赞助、竞技、联合促销、抽奖、有奖竞赛等。在产品成熟期的策略：产品步入成熟期，企业经营策略重心应努力使产品生命周期出现再循环的局面。此时的营销沟通应以销售促进和人员推广为主，使企业获取更大的利润空间。此时的促销方式有：集点换物、促销游戏等。同质性高的产品促销策略：同质性高的产品应注重品牌形象建设，营造品牌差异化。同时采用适当的销售促进增加消费者的购买量、频次，培养消费习性，使消费者成为产品的忠诚爱用者。此类产品的策略有：凭证优惠促销、会员俱乐部营销等。在市场份额低的产品策略：市场份额低的产品使用销售促进工具往往更有利可图，这期间可使用“通路奖励”策略提高产品的铺货率和产品的流通力。

消费者是商品的归宿，新产品的竞争活动成败的关键就在于该产品能否适应不断变化着的消费者市场环境，满足消费者的需求。随着我国经济建设的健康成长，大众的生活水平日益提高。消费需求已不在限于“温饱”，而更多地追求物质之外的或精神的价值。在八十年代初，物质匮乏，任何一种新上市的产品，都能打开销量；八十年代中期，消费者开始注重质量问题，此时，主要采取传统产品竞争策略，竞争市场虽在孕育，但尚未形成；八十年代末、九十年代初，随着科技水平的提高，产品质量的合格率上升，生产同类产品的企业不断增多。尤其是合资、外资企业产品及大量涌现，消费者选择多元化，质量优良的产品才可能成为优胜者。此时，已经产生竞争市场的萌芽，但大多数企业还是以产品竞争策略为主，辅以宣传竞争策略；进入九十年代中后期，很多企业随着规模的壮大与成长，全面的质量管理己渗透到生产的各个环节，消费者也越来越追求产品内含的服务价值。

到了如今的二十一世纪，我们需要的无论消费者对产品技术上的认可还是产品包装上的时尚理念都发生了很大的变化，也因此需要我们卖家在产品的时尚理念上符合我们针对的顾客群体的心理需求，这也是我们新型运动型眼镜开发市场的主要目标。

市场竞争充满了变数，营销计划应根据企业的营销环境和营销目标，结合产品所处的时期制定相应的营销沟通策略，将各种促销工具应用到市场中，充分发挥短期激励与长期培养多重工具的综合使用，使产品立足于现在，成就于未来。

为期一周的市场营销实训圆满的结束了，我们的辛勤换来运用stp对市场进行细分、选择、定位的基本能力，运用市场营销的4p制定市场营销计划基本能力，以及专业商务英语的提高。当然，知识上的提升还在其次，至少在这次实训中，团队协作能力发挥的淋漓尽致，分工 — 合作 — 完工。每一步都脚踏实地，直到答辩的完成，我们一个个才算真正松了口气，然而现在回想一下，真的受益匪浅啊!为了日后能立足于社会，现在的辛苦真值!

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