# 最新市场营销报告(实用13篇)

来源：网络 作者：紫陌红颜 更新时间：2024-12-13

*随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧市场营销报告篇一第一段：介绍市场营销报告的重要性和目的（20...*

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

**市场营销报告篇一**

第一段：介绍市场营销报告的重要性和目的（200字）

市场营销报告是一个组织或企业推广产品或服务的重要工具。它不仅可以帮助企业了解市场需求，还可以提供对竞争对手的分析和销售策略。作为营销团队的一员，我有幸参与了市场营销报告的撰写和呈现，这给我带来了许多宝贵的体会和心得。

第二段：有效准备和收集数据的重要性（250字）

撰写市场营销报告的第一步是有效准备和收集数据。准备工作是确保报告的准确性和可靠性的关键。首先，我们需要确定运营目标，并了解公司的整体战略。此外，我们还需要研究市场趋势和竞争对手的活动，以获得关键的市场信息。采集数据时，我们要使用各种工具和方法，例如市场调研、竞争情报和客户反馈。通过有效准备和收集数据，我们能够提供全面的市场分析和策略建议，以支持公司的决策和发展。

第三段：数据分析和趋势识别的重要性（250字）

数据分析和趋势识别是市场营销报告的核心部分。通过仔细分析和解读数据，我们可以提供更深入的市场见解，并识别出现有和潜在要素的趋势。例如，我们可以分析销售数据，了解产品的热销情况和效果不佳的原因。我们还可以识别市场的增长趋势和消费者的偏好变化，以帮助企业调整策略和推广活动。此外，数据分析还可以为相关部门提供有关当前业绩和前景的参考依据。

第四段：制定有效的推广策略（250字）

市场营销报告的另一个重要任务是为企业制定有效的推广策略。通过了解市场分析和趋势，我们可以确定推广活动的目标和重点。例如，如果我们发现竞争对手的在线广告和社交媒体推广非常成功，我们可以建议公司加大在线渠道的投入。此外，我们还可以通过分析消费者反馈和市场调研，为企业提供改进产品或服务的建议。制定有效的推广策略不仅可以提高产品的知名度和销售额，还可以增强企业在市场中的竞争力。

第五段：持续改进和总结的重要性（250字）

市场营销报告不仅应该提供当前市场情况的分析和策略建议，还应该不断改进和总结。市场环境会随时变化，因此我们需要持续监测和评估市场趋势和竞争对手的动态。同时，我们还需要及时总结推广活动的效果和销售结果，以及分析成功和失败的原因。这样，我们可以及时调整和改进市场策略，以适应市场的变化和需求。通过持续改进和总结，我们可以提供更准确和实用的市场营销报告，帮助公司在激烈的竞争中取得成功。

总结：在市场营销报告的撰写中，准备和收集数据、数据分析和趋势识别、制定有效的推广策略，以及持续改进和总结都是至关重要的。通过这些步骤的有效应用，我们可以提供准确、全面和实用的市场分析和策略建议，帮助企业在竞争激烈的市场中取得成功。做好市场营销报告不仅需要专业知识和技巧，还需要持续学习和不断提高自己的能力。我对市场营销报告的学习和实践让我更加了解市场，提升了自己的能力和经验，也为未来的职业发展打下了坚实的基础。

**市场营销报告篇二**

xxxx

xxxx

xxxx

20xx年11月18日实习地点：昆明市霖雨桥实习单位：昆明市中汇商业中心

20xx年11月18日星期五，我们09工业工程班在阮老师的组织与带领下，到昆明中汇商业中心进行参观实习。目的在于理论联系实际，将所学的市场营销知识结合具体市场进行分析，以更进一步地认识市场营销学，以及对市场营销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，以便在今后的学习中能够扬长补短。

昆明中汇商业中心位于昆明北京路延长线与烟草路交汇处，是昆明商业地产的黄金宝地。人气的积淀以及现代都市人生活必备的配套，使其成为昆明北市区的黄金商业中心。“中汇商业中心对北市中心区的形成可谓举足轻重，一子落下，全盘皆活。”这是引自我省著名学者金子强先生如是评价中汇商业中心的作用的语句。

一子落下，近三十万人口的购物需求和生活便利得到满足；一子落下，北市商业空白被填补；一子落下，北市中心区正以“新昆明”的速度，从各大片区中脱颖而出，以鲜活的生命力引领昆明商业地产新趋势。

这是引自昆明日报的一段话，这段话正确切的说明了昆明商业中心的重要性。

据我实习参观及查阅资料了解，昆明中汇商业中心的建立耗资了3亿余元，拥有54000平方米的商业面积。目前，除了以沃尔玛主体外，麦当劳、屈臣氏、国美电器、迅捷通讯、三九药房、嘉华饼屋、耐克、顶尖ktv、泉美假日spa铂金会所等一百多家经营名牌的商户也入驻中汇商业中心，在他们经营的3万多个产品中，涵盖了购物、休闲、餐饮、娱乐、文化等的多种组合液态，实现了全新的shoppingmall商业模式，满足居民购物与休闲一站式的消费需求，为消费者提供了全面的生活便利和商业服务。它们成为了中汇商圈的“血液”。

18日中午，我们班全体成员乘坐79路车到霖雨桥旁的中汇商业中心进行参观实习。下车后，我们全班分组，以小组为单位先后对商业中心的商铺进行参观。我们组先进了一楼，一楼主要以名牌鞋包几饰品为主，这一楼的主要人流量是中高层收入者。当我们一进门，服务员就迎着微笑走过来，热情地向我们进行简单的询问及介绍，问我们是否需要帮助，是否买鞋包等，她们非常热情，让我们都感到有些不安因为我们本就是只来看而不买的参观者。之后我们便到楼上的沃尔玛去了。二楼除了沃尔玛外，还有其他的一些小商铺，有金银首饰的商家，也有茶叶商铺，还有家用品店铺，等等，这些小商铺虽占地不大，但也有一定的客流量，也是商场里的一道风景线，人们逛累了，可以到里面看看、坐坐，小憩一会儿。

不久，我们进入了沃尔玛。沃尔玛是世界上最大的连锁零售企业。和其他地方的沃尔玛一样，中汇商业中心的沃尔玛也是一个大型的商场，里面的商品应有尽有。二楼为熟食，生食，各种零食，烟酒等，三楼有男女装、童装、床上用品、玩具、鞋袜，还有电器等。

转眼，我们又回到了一楼。接着我们又逛了负一楼的国美电器。国美电器的人不是很多，但服务员也很热情的接待了我们。这一楼主要以家用电器为主，各种品牌的电冰箱、洗衣机、电磁炉等都能够在里面见到。据我们询问了解，这一楼的人流量要到节假日的时候才会多，特别是节日搞活动时，客流量非常之多，店里的销售人员忙不都忙不过来，商家还会请一些零促人员来帮忙。

之后，我们还参观了麦当劳、屈臣氏、迅捷通讯、三九药房、嘉华饼屋、耐克、顶尖ktv、泉美假日spa铂金会所等商铺。我们还了解到，中汇外围和负一层、四楼的一部分是停车场，可以停放400多辆汽车和2500多辆非机动车。并且，中汇商业中心开业以来，对客户的机动车辆实行全免费开放，极大的方便了购物和消费的顾客。据我了解，昆明市大部分沃尔玛和其他大型超市所在的商场，停车的费用大概在5元/小时左右。中汇商业中心免费停车的这一举措打破常规，虽然在停车费上减少了经济收入，但是它赢得了消费者的口碑，吸引来了更多的顾客，为中心今后的发展奠定坚实的基础。

现在，以中汇商业中心为中心向外辐射，覆盖5公里半径内社区的北辰、茨坝、月牙塘等十余个社区的居民已经成为中汇沃尔玛的常客。中汇满足了周边多个小区30余万人口的消费需求，填补了市场的空白，体现了北市区作为城市副中心的功能。入驻中汇的沃尔玛霖雨路店，是首当其冲的主力店，经营面积近2万平方米，与现有的麦德龙、家乐福白云店形成北市区大型超市三足鼎立的格局，全方位打造北市区商业生活中心，有效的解决了北市区购物难的问题。

我在报纸上了解到，未来北市区的居民将从现有的30万人增加到60万人。巨大的人气将带来商气的攀升，该区域的商圈正逐步形成和并展壮大，从俊发中心、家乐福白云店周边起，沿北京路依次布局北辰财富中心、金泉汽车广场、麦德龙、江东国际友联大厦、沃尔玛、和谐世纪等一系列的项目，涵盖多种组合业态，共同辐射北市区的各大型社区，其发展规模和商业体量有巨大增长潜力。北市区商业中心的崛起，将和南市区、西市区等昆明各个片区的区域商业中心形成齐头并进的发展态势。这对商业地产开发商来说，竞争形势将越发激烈。在这种形势下，采用全新商业模式，推崇人性化服务的中汇商业中心对昆明商业文化的发展具有启迪性的意义。通过学习沃尔玛的先进理念，以大型超市带动其他业态发展的模式不断发展，最终形成具有竞争力和特色文化的现代化商圈。

在这短短几小时的参观实习时间里使我感触颇深，让我对市场营销这门课有了新的认识。以前总是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，这次对课程认识的实习，是为了让我们更进一步地认识市场营销学，以及对市场营销有一个初步的感性认识和了解。通过这次实习，也使我们初步培养了课程兴趣，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基础。通过这一次的实习，我基本上达到了初步学会发现营销问题并尝试用理论分析营销问题的程度。

这次的实习时间很短，但让我对好多知识有了新的认识，同时也学到了好多新的知识，我觉得自己真的是受益匪浅，以前的好多观念在慢慢的改变，我回顾了这几天来的实习内容，感觉真是有所收获。首先，我们对市场营销有了很好的认识。市场营销是与市场有关的人类活动。市场营销意味着和市场打交道，为了满足人类需要和欲望，去实现潜在的交换。市场营销学的研究对象是市场营销活动及其规律，即研究企业如何识别、分析评价、选择和利用市场机会，从满足目标市场顾客需求出发，有计划地组织企业的整体活动，通过交换，将产品从生产者手中转向消费者手中，以实现企业营销目标。通过这次在中汇商业中心的参观实习，我已经能初步用营销学的角度来看待问题。如：

产品的定位。例如，对于中汇一楼，其商品主要适合于中高层收入者，其主要人流量是中高层收入的青年，所以产品的目标顾客就是这部分群体。

促销战略。促销是大商场搞的活动，通过促销可以将产品很好的销售出去。促销的方式有好多，重要的是如何对促销的策略进行选择。促销策略是市场营销组合的基本策略之一。促销策略是指企业如何通过人员推销、广告、公共关系和营业推广等各种促销方式，向消费者用户传递产品信息，引起他们的注意和兴趣，激发他们的购买欲望和购买行为，以达到扩大销售的目的公司为了提升销售业绩所采用的销售策略主要是以广告和销售促进为主。而我们公司所采用的策略是在柜台上方和柜台上贴广告以吸引消费者注意，促进他们的购买欲望。另外就是以销售促进为主，在顾客购买产品后，我们会赠送礼品；如厨具，小零食，小饰品等。

以下是我这次参观实习的一实习体会：

1、不管任何行业，只要是做销售就必须要对所销售的产品有深入的了解，有了深入的认识，在对顾客介绍的时候才能准确的表达。

2、在对顾客介绍产品的时候要大气一些，这样才具有说服力，才能让顾客对你产生信任感。

3、服务态度至关重要。做为一个销售员，顾客就是上帝，良好的服务态度是必须的，要想获得更多的利润就必须提高销售量。这就要求我们想顾客之所想，急顾客之所急，提高服务质量语言要礼貌文明，待客要热情周到，要尽可能满足顾客的要求。

4、书本上的理论知识与社会实际是有一定距离的，因为书本上的知识是死的，而实际工作是活的，这就需要我们通过社会实践来弥补这中间的差距，所以我们应该多出去参加一些社会实践活动。

**市场营销报告篇三**

第一段：引言（介绍市场营销报告的重要性）

市场营销报告是企业在市场竞争中获取竞争优势和增加市场份额的必要手段之一。它为企业提供了评估市场状况、分析竞争对手、制定营销策略的重要依据。然而，在实际操作中，很多人对于如何撰写一份优秀的市场营销报告感到困惑。下面将分享我在撰写市场营销报告时的心得体会。

第二段：规划报告结构（重点强调规划报告结构的重要性）

撰写市场营销报告时，首先要明确报告的结构。一个合理的结构能够帮助读者理清思路，形成逻辑关系，这样读者在阅读过程中更容易理解和领会报告的核心内容。通常，市场营销报告应包含背景介绍、市场环境分析、竞争对手分析、目标市场定位、营销策略和预测等主要部分。通过清晰的结构，能够使报告更具可读性和可操作性。

第三段：及时收集市场情报（侧重强调收集市场情报的重要性）

市场情报是市场营销报告的重要依据之一，因此及时收集市场情报是撰写市场营销报告的关键步骤。了解市场趋势、竞争对手的动态以及消费者的需求变化，能够为企业提供决策参考。如今，随着互联网的普及，信息获取变得更加容易。我们可以通过网络搜索、行业研究报告、消费者调查等方式收集市场情报，为市场营销报告提供充足的数据支撑。

第四段：深度分析数据（突出强调对数据的深度分析）

市场营销报告需要依据大量的数据，而对数据的深度分析是撰写市场营销报告的关键环节。数据分析能够揭示市场的现状和发展趋势，帮助企业制定针对性的营销策略。在享受数据带来的便利和改善的同时，我们也要注意数据的有效性和真实性。同时，数据分析也需要将定性和定量分析相结合，形成完整的分析结果，提供全面的建议。

第五段：形成可行方案（强调形成可行方案的重要性）

市场营销报告最终的目的是帮助企业制定可行的市场营销策略。因此，在撰写报告的过程中，我们需要根据市场的分析和数据的深度分析，形成具体的可行方案。这些方案需要针对具体市场环境和企业实际情况进行调整和优化，确保在市场中能够实施和取得良好的效果。同时，还要重视策划和落地的具体细节，确保整个营销计划的有效执行。

结尾段：总结（强调市场营销报告的重要性和必要性）

市场营销报告不仅是企业制定市场营销策略的重要依据，也是企业在市场中不断发展和成长的必要手段。通过合理规划报告结构、及时收集市场情报、深度分析数据和形成可行方案等步骤，我们能够撰写出更具价值的市场营销报告，为企业的发展提供可靠支持。因此，我们需要时刻认识到市场营销报告的重要性和必要性，并持续提升自己的市场分析和撰写能力，为企业的成功做出贡献。

**市场营销报告篇四**

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。

6月9号到10号上午主要是营销的前期准备，货物是9号之前就已经批了回来的，我觉得那些货物里面有几种产品是没有进好的。第一件是那种玩具式的电动风扇。像这种风扇是肯定难以销售出去的，这是因为：

(一)我们都是大学生了，那种东西不太适合我们这个年龄段的人用;

(三)不实用，学校给每个宿舍的学生都配了风扇，教室也有风扇和空调，所以这种东西根本派不上用场。第二件是手链，那种手链是可以根据自己的爱好来配的，但是那种东西以前有人在校门口卖过，实际上市场就已经很小了，配一条这样的手链也很不实惠。

第三件是太阳伞，虽说太阳伞对学生来说需求量比较大但是这种产品的价格比较高，更换的速度也不是很快，不适合我们这种只搞几天的短期销售，那么9号下午贴海报，设计不是很令人满意，因为上面只写了我们在搞市场营销实训，但没有写清楚实训到底是搞什么到底在哪个地方搞。

10号下午就正式进入了营销阶段，那么在其中有一件事是感触很深的，老师交给了我们一批货物需要我们自己来定价，由于考虑到学生买东西可能会还价，所以决定定得高一点，可是谁知道货物一摆出去，别人一看到这个价格就直接走了。后来想一下也是，作为一个学生经济能力有限，价格太高一般人接受不了，而且这种产品并非品牌，只是摆在小摊子，所以无论从包装还是本身的价值来说，定价确实不合理。

其实从这里也可以看出我们的专业知识学的还是很不扎实的，市场营销书里面有一个章节就是讲产品的定价的，书里面说定价要由市场的供需、产品成本、市场竞争、消费者心理来决定的，很明显在这个里面我们没有考虑到市场孤供需况状和消费者的心理因素。其次，摆摊的地点也很重要，开始主要是摆在7栋公寓前，那样一来2、3栋的同学就很难了解我们的这个活动，第二天我们把摊点分了一个摆到下面去了销售成果比第一天的要好了好多。

这一次碰到了一件比较有味的事，就在我们快走了的时候碰到了一个收卫生费的，说真的要不是这次的在外面的实习我还真不知道有收卫生费这一档子的事，到社会上还是能够多了解到许多在学校里面看不到的事情。虽说这次的销售成绩并不是很理想，但是想到我们是初次外出推销，还能卖出几件我就很高兴了，享受的过程要远比享受结果要快乐的多。

这几天实训真的很累，但有一句话是这么说的“累并快乐着”，虽然说很苦，但是这几天我过得很充实，而且我有机会将我在书本上学到的东西应用到实践中支，同时也学到了许多书本上学不到的东西。这次实训也大大提高了我们班的凝聚力，我在这一次的实训中，对我们班的同学有了进一步的了解，同时也拉近了我和一些同学的关系，我交了几个好朋友，在人生的道路上我又多了几笔财富。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**市场营销报告篇五**

校园和社会环境差异很大，这就要求我们不仅要掌握理论知识，还要注重实习，利用假期进入社会实习，锻炼、提高自己，积累经验。成长是一种经历；经历是一种生活经历。人生的意义不在于我们拥有什么，而在于我们从中体会到什么。假日社会实习活动为我们提供了一个锻炼自己的平台，让我们体验、启发和感受，让我们成长得更好。

本次实习的目的是进一步培养自己的专业水平、与人相处的技能、团队合作精神、待人处事的能力，特别是观察、分析和解决问题的实际工作能力，从而提高自己的实践能力和综合素质，希望能帮助自己在未来更顺利地融入社会，投入到自己的工作中。

一般来说，学校的生活环境与社会工作环境差距较大。学校主要注重培养学生的学习能力和专业技能，社会主要注重员工的专业知识和专业能力。为了满足社会生存的要求，除了加强课堂上的理论知识外，我们还必须亲自联系社会参与工作实践，并通过了解社会工作来指导课堂学习。为了培养自己的适应能力、组织能力、协调能力和分析和解决实际问题的工作能力，实践公司员工的基本素质要求。

实习在帮助应届毕业生从校园走向社会方面发挥着非常重要的作用，因此我们应该高度重视它。通过实习，找出自己的情况与社会实际需要之间的差距，及时补充相关知识，为求职和正式工作做好充分的知识和能力准备，缩短从校园到社会的心理适应期。

实习的内容主要是销售化妆品，学习公司的企业文化、销售技能、团队精神、礼仪等知识。通过对公司产品的了解和与其他公司产品的比较，突出公司产品的优势和良好的声誉，积极探索客户来源，向客户销售产品，尝试销售一系列产品，完成公司分配的任务。

xxxx年xx月xx日到xx月xx日，我在xx化妆品店实习两周。在此期间，公司的同事给了我热情的指导和帮助，我也谦虚地咨询他们学习，应用大学学到的知识。在理论应用于实践的同时，我也对以前没有彻底理解的知识有了更深的理解。经过这几天的实习，我对公司有了更深的了解，对销售人员的实际操作步骤也有了初步的熟悉。更重要的是，这是我进入社会的第一步。虽然只有两周，但它也让我看到了我的许多缺点，这让我知道，在社会上，我仍然需要很多学校无法学习的能力。

首先简单介绍一下我的实习单位:我们公司位于xx市xx该区是一家以销售化妆品为主的私营销售公司。虽然规模不大，只有10多名员工和两个营业点，但它是一家值得信赖的客户公司，在社会上一直享有良好的声誉。本公司始终贯彻客户满意是我们永恒的追求的质量方针。我公司现直接代理多家生产厂家的产品，并由专人对来料产品进行质量检验。如果发现产品不良，可以全部退还给厂家。公司始终坚持以人为本的经营原则:为科研开发、营销、管理等领域的高素质人才创造宽松的环境；注重基层员工业务素质培训，以加强责任管理，提高品牌意识为宗旨培训员工。充分发挥员工的主动性、积极性和创造力，最大限度地发挥员工的潜力，更好地实现个人目标与企业目标的契合。主要产品或服务：保健品、化妆品、护肤品、洗发水、洗面奶、香水、花露水、口红等。公司的经营理念是：质量和服务是经营的重中之重，把客户放在首位。公司以良好的质量和服务建立了良好的业务关系。

虽然已经是大四毕业班了，但实际的社会工作还是不知所措。毕竟书只是一个概念，具体操作没有教你。我想做好难得的实习机会。在这段时间里，我学到了一些琐碎的东西，但我真的意识到了工作的痛苦。我觉得我在学校学到的专业知识严重不足，无法适应激烈的工作要求。例如，对于那些实际操作性很强的工作，我们这些刚出来没有工作经验，学校专业课程不好的人来说，他们根本无法与老兵竞争，有时他们觉得自己真的无法开始。虽然这只是一家销售化妆品的公司，但在实习期间，我从培训到商品分类，再到产品现场营销，都致力于工作。

实习对我来说是一个熟悉而奇怪的词，因为我在十多年的学生生涯中经历了很多实习，但这次是如此的不同。它将全面测试我的能力：学习、生活、心理、身体、思想等。它就像一块试金石，测试我能否在实践中运用理论知识。这也是我建立信心的关键，因为我能否成功地基于这个具有挑战性的社会，所以我对它的投资也是100%！紧张的两周实习结束了，这两个多月我还有很多收获。实习结束后有必要总结一下。

以上是我的实习综上所述，这是第一次正式符合社会标准，开始与过去完全不同的生活。每天在规定的时间上下班，认真按时完成工作任务，不能草率敷衍。我们的肩膀开始承担民事责任，一切都必须小心，否则我们可能不得不为一个小错误承担严重的后果付出巨大的代价，不再是一个抱歉和一张道歉书可以解决。

**市场营销报告篇六**

市场营销实习是一个学习和实践结合的过程，实习生可以通过参与和实践，学习并掌握市场营销理论和实践技巧，为以后的职业生涯打下基础。本文就笔者的市场营销实习经验进行总结回顾，分享一些心得体会。

第二段：实习工作内容介绍

笔者在实习期间主要负责了市场调研、推广方案制定、营销活动策划等工作。市场调研是一个比较重要的工作环节，需要对市场进行深入的了解，包括了解竞争对手、分析目标用户、了解市场趋势等。在制定推广方案时，需要综合考虑产品或服务的特点、目标用户的需求和心理以及竞争环境等因素。最后在营销活动策划中，需要对营销活动进行创意设计、预算计划、执行方案等多个环节的工作，以保证营销活动的顺利实施。

第三段：实习心得体会

在实习工作中，笔者最大的收获是学到了如何对市场进行深入细致的调研和分析。在调研过程中，需要了解各种调查方法、分析工具和技巧，以及如何从大量的数据中提取有效信息，并将其转化为营销计划。此外，在实践中，笔者还学到了如何与团队成员合作，发挥每个人的优势，共同完成项目。团队合作是营销活动成功的关键，需要充分利用每个成员的潜力和专业性，以达到更好的效果。

第四段：职业规划

实习结束后，笔者进一步明确了自己所需要掌握的市场营销能力和技术，加强对业界动态的关注和了解。同时，还需要不断加强自身的沟通协调能力和团队协作能力，进一步提升职业水平，为今后的职业发展打下坚实的基础。

第五段：总结

市场营销实习是一个学习与实践的过程，通过实习，笔者掌握了市场营销理论和实践技巧，提升了团队合作能力和沟通协调能力。同时，实习经历也为笔者职业发展提供了指导和启示，在未来的工作中可以更加从容应对问题和挑战，最终实现个人职业目标。

**市场营销报告篇七**

1、增强实战经验，在实际的买卖活动中学会更多的销售技巧，积累更多的销售经验。

2、提高分析市场，挖掘数据的`能力；

3、学会把握交易洽谈的技巧和实际销售策略；

4、做到合理组合营销策略，找到最有效的营销策略。

5、培养独立工作的能力，提高学生的综合素质。

二、实习时间、地点与方式

（一）时间安排：20xx年6月19日—6月30日。

（二）实践教学地点：

1、商品买卖活动在校内外进行（吉林市、吉林农业科技学院）；

2、市场营销模拟操作在实验室进行。

（三）实践教学方式：以小组为单位，每6—8人为一组，指定组长一人，按实践教学内容进行。

三、实习内容

商品买卖实践活动；或市场营销模拟操作。

四、实习体会

通过市场营销学的实习，我学到很多，使我受益匪浅。我进行的是室外实习，与另一个同学卖的a4纸。在大学，a4是经常要用到的，无论是平时的小考，还是课后作业，都要用到。而同学们一般都不会去批发，只是零买，我们抓住了这个商机，进行了实习。我们从超市买了三大盒，每盒500张，20元。拿回宿舍后在晚上进行销售，挨个宿舍推销，一元23张，由于比较便宜，所以很受欢迎。卖完后又进了几次货，全部销售完。

虽然最后没挣多少钱，但过程是最重要的。有的同学犹豫，有的同学讲价，期间还遇到竞争对手，这都要要凭借自己的三寸不烂之舌和推销技巧来解决。在销售方面我不敢说有了深刻的理解，但通过学习和时间是我理清了思路，找准了切入市场营销的道路，有入门的趋势，不再在门外徘徊。

**市场营销报告篇八**

姓名：康xx

学号:1251xxx142

实践地点：甘肃省庆城县东方百佳超市

实践时间：xx年1月6日至xx年1月30日共25天

作为大二的学生，我们的社会实践也不能停留在大一时期的那种漫无目的的迷茫状态，社会实践应结合我们市场营销专业的实际情况，能真正从中受益匪浅，而不是为了实践而实践。我觉得我们在进行社会实践之前应该有一个明确的目标，为自己制定一个切实可行的计划。应注重实践的过程，从过程中锻炼自己、提高自己。因此，为了更好的了解社会，锻炼自己，感受社会就业的现状，体验一下工作，这学期的假期我根据时间及自己的实际情况继续在假期期间找了一份工作，进行实践锻炼。

本次实践的目的一方面在于锻炼自己专业知识的实践方面的能力，通过理论与实际的结合、个人与社会的衔接，进一步培养自己的业务水平、与人相处的技巧、团队协作精神、待人处事的能力等，尤其是观察、分析和解决问题的实际工作能力，以便提高自己的实践能力和综合素质，希望能帮助自己以后更加顺利地融入到社会，投入到自己的工作中。另一方面我希望通过社会实践，来赚取相应的报酬来减轻家中的负担;而且从这次的社会实践中我也更加了解了超市，还学到了很多课本之外的很多东西，真的令我受益匪浅。

一般来说，大学的生活环境和社会的工作环境还是存在着很大的差距，学校主要专注于培养大学生的学习能力和专业技能，社会主要专注于员工的专业知识和业务能力。要适应社会的生存要求，除了要加强课堂上的理论知识外，还必须要亲自接触社会参加实践，通过对社会工作的了解指导课堂学习。实际体会一般公司职员的基本素质要求，以培养自己的适应能力、组织能力、协作能力和分析解决实际问题的工作能力。

实践在帮助高校毕业生从校园走向社会起到了非常重要的作用，因此要给予高度的重视。通过实实践，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。

实践的内容主要是在超市销售各类奶制品，学习超市的经营文化、销售技巧、团队协作精神、礼仪等各方面的知识。凭着对该超市营业额和产品的了解和与其它超市的对比，突出该超市产品的优点和超市的良好信誉，积极开拓消费源，向顾客推销各种优质奶制品，完成超市分配的任务。

今年寒假从学校回来后,我就不停的在县城附近的各条商业街上找兼职。想在寒假这一个多月里锻炼一下自己，同时也能多增长些社会实践经验。因为之前初中毕业和高中毕业后我都有在饭店和汽车专卖店里打工过，有一定的经验教训，尤其是大一暑假的时候在西安市新城区的彩艺广告公司打工，在那里确实让我学到了好多的东西，更加懂得了在工作上的坚持不懈，吃苦耐劳的品质。但由于回来时已经快到年末，寒假工已经不好找了，而且不管是餐饮、服装、休闲娱乐和工厂企业等都不招聘在校大学生做兼职。理由如下：第一是没实际工作经验;第二是工作时间不长,学生在开学上学后留下空缺的岗位使公司又要重新招聘,浪费人力物力财力，所以在寒假回来后的前两个星期我去应聘都是四处碰壁。家人见我寻路无门又多次失败,建议我回家待着。当时我一笑了之，因为这次我社会实践的目标就是市场营销，这是我所学的专业，这个职业不仅能提高我的团队合作能力、沟通能力、语言表达能力等,更能够让我在与人交流沟通中学会如何与人打交道,而且还可以从中学到一些产品知识,让自己的文化修养、知识素养、社会涵养深入到生活中的实际里。使自己在面对大众、面对社会的时候能有胆识并能充分展示自己的能力。

由于我的坚持不懈,我很幸运的被庆城县百佳超市招聘为促销人员。我的职业范围就是为客户导购奶制品;我导购的产品包括伊利、蒙牛、银桥、牛奶梦工厂、光明等十几个比较知名的品牌。我的职业责任就是诚信的为客户本人及其家人介绍适合他们的奶饮,时刻做到微笑服务,把最优质的服务献给每一位客户。

每天我们早上8:30就必须到超市门前集合做早操，然后练站姿,保持微笑,然后相互整理着装,这大概要花费10到20分钟。而且我们还要在9：00以前清点好自己的产品区，晚上9：00下班，在岗时期要参与超市盘点和入库整顿，有空时帮理货员看看货架的排列是否整齐和清洁、货品的齐缺并且及时加货上架。虽然这道工序是重复昨天晚上下班前的工作。但是这就是企业管理的一道必要程序——万无一失的工作守则。它体现了精益求精,追求完美的工作态度。一个企业要想取得好的业绩，就要保证有好的服务。

在超市奶制品区里加上我一共有6个人。我与另一位男同事是导购员,其余4人,两个负责清点销售区与仓库里的牛奶,另外两个负责搬运。我们6个人其实没有明确的职责界限,都是互相帮助。我觉得寒假里不到一个月的工作虽然挺辛苦的,但却很充实。而且,我明显调查出众多奶制品中伊利,蒙牛的价格差最大,完全包含了高中低档的消费者,但同一级别的价格相较于其他产品略高一点,也就在0.5到1.0元之间。市场上大众喜欢的品牌是伊利、蒙牛;小孩最喜欢的是旺旺、伊利、蒙牛;老年人也有买牛奶的,一部分是买给自己的，一部分是买来给小孩。但从整个超市营业额各个物品区销售所占比例来看,奶制品销售占前3名,据我们主管说这属于正常情况。看得出人们的生活水平和重视健康程度有明显提高。据我了解,一般包装是写有饮料两字的营养价值十分低,只有像特仑苏牛奶那样,或者产品介绍上写明所含营养成分及其比例多少的牛奶作为早晚餐食用的营养高一些,对人的身体更好些。

在接下来的日子里，根据现代市场营销学的理论知识所得，我已经了解了各个产品市场占有率、产品的功能特性以及消费者心理需求。我努力地寻找自己的不足，我也慢慢地开始敢于向顾客推荐适合他们的奶制品，我用我热情和耐心的服务态度感动着他们，于是我的销量慢慢的升高了;我不仅知道该如何去服务，更加努力地运用我们课本上的理论知识，比如，现代市场营销学的促销行为，这样一来，我的销售成绩越来越好，也得到了超市主管的和表扬肯定。

第一、服务是关键

做为一个服务行业，顾客就是上帝的服务态度是必须的，要想获得更多的利润就必须提高销售量。这就要求我们要想顾客之所想，急顾客之所急，提高服务质量，语言要礼貌文明，待客要热情周到，要尽可能满足顾客的要求。提高超市服务水平。超市服务员的服务态度直接影响到顾客购物心情。顾客是来买东西的，不能让他来受气，要做到微笑服务、宾至如归。如果对顾客耐心、关心，能让顾客倍感温馨，下次顾客真的会再次光临，这样做能留得住客，而且顾客也会产生广告效应，为你们的服务宣传，会有更多的人光临。

第二、诚信是根本

不管我们做人还是做事，诚信是我们是根本，是我们成功的根基。所以说提高超市的诚信度是很重要的。俗话说“诚招天下客，誉从信中来。经商信为本，买卖礼在先。”优质的产品加上优质的服务才能诞生优质的超市。经济效益固然是根本，但是社会效益也是超市发展的助推器。要兼收两个效益，需要经营者与职工共同努力的。作为经营管理着要招具有较高素质的职工，但招高学历的还不太现实，但最起码要有较好的职业道德。有了诚信的员工，就会有诚信的企业，生意也会越做越红火。

第三、提高经营管理水平

经营管理者是一个企业的领头人，对企业起决定性作用。就像一个形象的比喻说的——由一只老虎率领的山羊部队，能够战胜一只山羊率领的老虎部队，足见领导者的重要角色。提高老板的素质是提高他本人管理水平的重要途径，而素质包括思想政治素质、职业道德、业务素质等。只有领头人素质高，才能树立起良好的信誉素质和企业形象，有利于超市的生存发展。

第一点：真诚

你的真诚会直接打动顾客。真诚待人不仅能从心灵上获取对方的信任，更是让顾客发自内心的感受到我们对他的重视。凡是要用发展的眼光看问题，金碑银碑，不如消费者的口碑，顾客对我们的许可,那才称得上是一笔巨大的无以比拟的巨大的精神财富。

第二点：沟通

沟通可以使很多事情变得顺利;沟通可以使关系更加和谐,因此,我们便要主动的与顾客之间构造出一座沟通的桥梁,让我们能够更加清晰的知道,顾客到底需要什么,又或者在言语中,我们可以推论出什么衣服才更加适合他,让他们能够买到称心如意的货物,从而另我们的商品交易能够更加顺利的进行.

其实,沟通不仅在商业上能够另我们获利,但对于我这为学生而言,这更是一次难得的学习机会,另我的口才与交流能力有了一次质的飞跃,真可谓是实现了一次”双赢”。

第三点：热情与耐心

热情与耐心,就像火与冰,看似两种完全不同的东西,却能碰撞出最美丽的火花.的确,每一个顾客的思想,喜好都是不一样的,面对各式各样的衣服,便会不由自主的挑剔起来,这便会令你既是烦躁不安又是一份无奈,面对如此烦琐的活儿,我们是否可以坚持下去,靠的便是那份来自心灵最深处的热情。

第四点：主动

当我们用该的主动去请缨,能为自己赢得更多的机会,只要是勤问、勤学、勤做,就会有意想不到的收获。在此期间,自己接触其他人,和他们的交流机会也增多了,而正因为这样,我在工作中也逐渐变得勇敢,虽然开始也会有所顾顾忌,怕主动请缨会招来不必要的乱子,更怕那种另类的眼神会围绕着自己打转,但事实告诉我应该对自己有信心,应该有勇气去尝试,即便在尝试中失败,也能让自己成长,没有锻炼机会,谈何积累和成长?而这一切,只能靠自己去争取,等待只能让你在沉默中灭亡。只有主动,才能为自己创造良机。

总而言之,这次的社会实践让我过得很充实,收获很大,也让我认清了如今大学生就业也很困难,尤其是在校大学生更是难上加难,这就激励我要更加充实自己,锻炼自己好适应社会的需求,真真正正的成为人才,也学到了一些销售技巧,感悟到了与人交流的艺术,提升了我的综合素质.这段经历无论是在今后的学习上,还是在公司任职,更或者是在今后的生活中都是一笔宝贵的财富。

**市场营销报告篇九**

在老师的领导下，我们5个喜爱组在一起共同讨论了此次实习的内容、首先，老师组织了我们集体观看了宜家家居产品体验式营销策略的纪录片，决定价格体验式营销作为其中的一部分，其次了解到企业文化对一个企业的长远发展与壮大起至关重要的作用、例如，海尔，小红帽等，这就是内容的第二个部分：

最后，在现代营销中，促销策略多种多样，各具特色，值此圣诞元旦之际，各商家都会使出绝活进行促销，以增加销售额、总结下来，我们的实习报告内容包括三部分：

一体验式营销；

二促销策略；

三企业文化。

体验式营销的应用，其目的是为消费者提供全方位的体验服务、正如宜家专卖店里所做的那样，一体验式营销帮助消费者选择产品和服务，提升产品和服务的附加值，让消费者占据主导地位而不是被动地接受产品和服务、在宜家的体验式营销里，通过听，看，触，嗅等感官刺激，消费者可以体验自己\"未来的家\"而正是这种\"所见即所得\"的效果，促进消费者的潜在需求向现实需求转变，最终达到提高签单量，提升企业经营业绩的目的。

此外，不仅是宜家应用体验式营销，全球更多的家装企业已看好此路并已经运用、例如现在的\"华耐美家\"整体家居体验管也采用了体验式营销，华耐美家整体家居体验管提供了现实场景，以便业主身临其境地体验家装成果，对自己家装修后的效果有直观认识。

在家装行业里，日趋激烈的竞争迫使个各企业寻求差异化服务以提高自己的竞争力，于是体验式营销成了家装行业的主流、因此我们小组来到了唐山市鹏达家具广场，鹏大家具广场涉及枫叶、汇丰、圣洛克、自由人等多种品牌，其整体构造是不同的样板间，侧重于展示整体家居的搭配，让顾客对所购产品有一个整体概念，每个样板间都有自己的独特风格，让顾客应接不暇，这是由单一的装修服务递进到全过程的家装、家居、家饰甚至是家电的整体服务，非常直观，方便。

**市场营销报告篇十**

通过这次营销实践，我学到了很多课本上没有的东西。虽然我很累，但我真的很感谢学校能给学生这样的培训机会，尤其是会计专业。毕竟会计是吃经验的，多做账才能熟能生巧，游刃有余。

一派服装有限公司是中国实力雄厚的服装企业。帝国是由尤·赵建女士在x年创建的。目前已在全国20多个省市开设了800多家服装连锁店。除了由10多名内部设计师设计的时装系列之外，帝国还与买家和巴特一起销售自己品牌的配饰和服装颜料。帝国永远以“低价、时尚、品质”的宗旨为大家服务。

从模拟练习开始，我就一直负责营销总监的工作，主要是响应经销商的订单，签订合同，总结下一季度的商品销量等。同时还负责各种比赛，如cis、广告创意大赛等。这是我们公司营销总监的责任，可能和其他公司不一样。

但是，现实中，如果你在公司，你需要帮助其他人。如果有人不在工作，你将接替他/她的工作。所以最近两个月的培训，除了会计、物流、采购等核心工作，各种工作都经历过，但也就那么几次。

后来实行轮岗制后，我从营销总监变成了物流主管。有了这个变化，我接触了更多的周边组织，比如在第三方物流办理货物运输手续，在海关办理货物出口手续。

对于我们的厂商来说，我们的项目相对来说并不复杂，主要是因为买卖差异是他们利润的主要来源。在全面模仿现实的平台上，我们18家厂商面对的只有8个渠道，而且渠道很少，这让我们不得不千方百计去争取订单。二是控制采购成本和物流成本，虽然这些都不是有效的，但也不可忽视。还有命运罗盘有时候会捉弄我们让这个模拟变得有趣，隔天还会有一些比赛。比如cis大赛，营销创意大赛等等。

其实基本过程很简单，但是把所有的问题都仔细研究不是问题。简单说一下基本操作。找一个渠道提供商洽谈订单，商定好商品的价格和数量，然后响应获得订单，然后渠道提供商就过来签约。然后去第三方物流把我们的货物运输给对方，然后我们就可以把发票和发货单据发给渠道经销商了。如果货物在国外，我们需要报关并办理出口报关手续作为回应。申请通关后要去税务局办理退税手续，去银行开户。由于财务部的财务总监和财务总监都很忙，所以我负责填写支票并在银行付款，然后我会直接将支票的收据提交给财务部保存和记账。完成响应工作后，与渠道提供商协商下一季度的订单，然后告诉生产主管、采购主管、物流主管和财务主管我们下一季度的需求，以便做出相应的预算。

以及我在营销总监之后的工作：除了以上工作，还要算出每个季度的销量，预测整个市场的需求。那么每个季度之后，就要计算每个季度的库存，根据这些数据，一个季度接一个季度的互锁。然而，由于对整个市场情况和第一季度整个规则的要求缺乏了解，后来与首席执行官一起通过了整本书的讨论和再认识，进一步加深了我对整个市场的模拟规则。这是我额外学到的。我觉得我应该帮财务部分担工作，更不要说分担了。除了市场，我还应该学习其他知识。

这样就完成了一个季度的基本流程，也描述了每个人每天应该做的基本事情。这是实习的基本内容。

第三周周四上午，有个营销总监论坛的会议。不要说是营销总监的讨论。我觉得更像是投诉会。很多人直接说模拟市场带来的弊端，模拟市场的缺点和缺陷，生产者的垄断，不按规则办事。我觉得不仅要看到缺点，还要看到模拟市场带来的好处。毕竟通勤制度是很多外部公司这样规定的。这要求我们准时上班。我认为守时是做人的基本原则。他们抱怨生产者之间的不公平竞争。那么，外面的社会公平吗？市场本来就是竞争的，不存在不公平。但也有营销总监提出了自己的发展规划，分享了自己的经验等等。仿真确实有很多缺点和局限性，但是仿真实践确实给了我们一个学习的地方。

内部和外部都有问题。

首先是内部问题。刚开始工作的时候，因为大家都不知道完整的流程，时间总是被耽误，很多工作跟不上进度。然后不知道中介机构在哪里。现在发现很多书都没有保存好。书上有每份工作的位置，书上有很多参考资料。这些都是值得学习的地方。

**市场营销报告篇十一**

伴随着比较紧凑又略显紧张的工作节奏，我们要做的是保持稳定，这段时间的工作我们非常努力，好好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市场营销专业报告，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

岁月如梭，白驹过隙，忙碌的20\_\_年已经过去，在这一年里在公司领导的正确领导下，在各部门的配合和帮助下，经过个人的不懈努力和辛勤工作，市场营销工作得以顺利进行，虽然取得了一定的成绩，下面结合我今年的工作，将20\_\_年个人的工作情况作如下总结：

一、完成营销工作

今年成功出运集装箱吨，较往年同比上升%；承接客户委托全年约票；新开发客户量；这都我个人全年工作的成果；今年我在营销工作上开动脑筋找市场，兢兢业业的工作；大步向前为客户，优质服务赢市场；在思想上加强学习，学习公司各项管理制度和专业业务知识，不断提高自身的政治觉悟和专业水平。经过一年的辛勤工作，圆满的完成的下达的任务指标。

二、极力配合客户订单要求，以达到客户满意

在接到客户订单后首先对订单内容进行评审，主要评审项目有型号，数量，单价，结算方式等相关内容。根据客户订单要求下达生产订单给各相关部门并跟进订单的完成情况，以及相关异常情况（如订单变更）的处理跟进。

三、合理安排客户的送货及运输方式并追踪

配合各商务人员的客户订单的送货安排，并合理安排运输方式，以尽可能地减少公司的运输成本。如未能按期安排送货，则及时与各商务人员进行沟通协调安排。快递与货运的发货追踪，并负责跟进发货情况。

四、每月定时制作客户的对帐明细，配合部门目完成收款工作

每月完成客户的订单对帐单制作，及时跟进确认回传情况。定期安排给客户开具销售发票，并追踪货款的结付情况；并配合其他部门完成货款的收取。

在20\_\_年的工作中，本人勤勤恳恳，努力上进，尽心尽力地工作，为公司的发展尽了自己的一份薄力。在新的一年中，我将以不断加强自己的工作能力，揽括更多的工作任务，承担更多的工作职责，以提升自己的业务能力和增长个人的工作经历。

五、明年工作的展望

在新的一年里，我要加强业务能力及提高水业务水平，补充能量，为迎接下一个挑战做好准备。我要做好以下几个方面的工作：

3、业务上：抓住各单位的关键客户和内线客户，了解客户的信息，做好客户服务，不断开发新的客户，加大市场氛围。

在过去的一年里，通过个人兢兢业业的工作，圆满的完成了公司的下达的各项使命，得到了领导肯定和同事的赞扬，这对我是一种鞭策，20\_\_年我将以越发饱满的事情热忱投入到销售事业中去，为公司的发展贡献自己的力量，祝公司明天更辉煌。

技能型人才指的是在技术和生产的过程中，兼具专业知识和精湛的操作技术，能够在工作中解决核心的技术问题的工作人员。在当前形势下，国内高技能专业人才在数量和结构以及素质都不能满足当前社会的发展需求。大多数企业最缺乏的还是具备高素质和高技能的专业市场营销人才，高技能人才的缺乏在一定程度上还阻碍了国家经济的发展。

一、社会对市场营销素质技能人才的需求特点

根据相关的调研结果和社会对这方面人才的需求来进行分析，主要有以下两个方面的特点：

1、专业素质要求高

由于全球经济化程度不断地加深，国家对外资金进入中国市场也逐渐放宽了政策，越来越多的国外产品能够在国内进行销售，这也给国内相类似的行业造成了一定的压力，因此，对于企业来说，在制定营销以及人才培养策略时，要考虑的因素也越来越多，例如数据以及科学的方法。但由于现阶段，我国营销专业人才在素质和专业技能各个方面都存在着一定的差距，因此，营销专业人才因为需求结构的变化而变得更加的抢手，这就导致了营销人才的需求在数量和质量上的短缺。

2、知识结构向复合型层次提升

近些年来，从大多数企业对于市场营销人才的需求情况来看，对应聘者的要求一定是要市场营销专业方面的人才，但对其他方面的需求就比较少，但从企业的长远发展来看，企业对营销专业人才的需求将不仅仅在停留在掌握专业的营销技能，而且还要具备扎实的专业知识，这样复合型的人才将会受到企业更多的青睐。

3、专业需求人才层次分析

从人才的需求上来看，大专生的情况是供过于求，而针对于市场营销这一类专业来看，本科生与大专生的情况相类似，差距并不大，导致这种情况的原因在于大专院校在培养人才方面注重理论与实践的结合，大专院校在培养营销专业学生时，引导学生往多方面发展。目前，大多数学校也与企业达成协议，学校培养学生理论知识的同时，由企业为学生提供实践的平台，以此来提高学生的实践能力，通过两者的结合培养出复合型的高素质营销人才。

二、营销专业素质技能人才培养策略

为了满足各大企业的需求，社会经济发展所需要的专业营销人才，在人才培养的过程中要将素质教育融入到整个教学课堂、社会活动以及考核机制中。

1、提高校内实训能力的量

在实际课堂教学中，要提高学生实际操作模块的量，提高学生运用知识的能力，打好学生实践基本能力的基础。为学生制定更多的实训方式，在一定程度上增加实训强度，利用各种实训场所，模拟各类工作岗位环境，让学生在相类似的环境中熟悉岗位的操作流程和技能，让学生更加顺利地走向工作岗位。除此之外，对于学校来说要增大对实训场地的建设，保证学生能够顺利地进行实训和顶岗的实习，让学生在实际的工作岗位环境中完成工作前的训练看，以此来提高学生对实际岗位的认识，减少适应工作所需要的时间，提高工作效率，锻炼工作能力。

2、提高企业对学生的实训以及顶岗实习的工作

企业的实训工作才是学生实训工作的真正环境，对于市场营销行业的`学生来说，单个企业是无法向学生提供很多的实习岗位的，不能让学生进行集中实训，只能进行单一实习，这样的情况不利于学校的统一管理。因此，学校与企业方面要设立对学生的管理制度、工作流程和考核机制，与用人企业达成共识，对学生的实习过程进行严格的考核。在分散实习时，要培养学生的团队合作精神，鼓励学生成立小团队，发挥小组自身职能，小组的实训工作由统一的专业人员进行指导，成绩并由相关的技术人员共同考核。

在企业内的实训中，要注重对学生实践能力的提高，由校内的专业教师和校外企业的专业人员共同组成教师队，对学生进行综合实训。实训的内容应结合理论知识、实践能力和职业素养于一体，对学生进行岗位技能的训练与实践。设定主要的工作任务为目标，指导学生从工作制度、工作模式以及对工作的态度和价值观中熟练工作流程，感受工作的情感、态度与价值观。让学生能灵活地运用职业综合技能，为学生未来的职业发展打下坚实的基础。

此外，在实习的过程中，要重视对学生的职业素质以及专业技能的掌握应用，教师应该要与学生进行及时的沟通，对学生在实训过程中遇到的问题要帮助其解决，并做好相应的监督记录，最后也要督促学生写好自己的实习周记和报告，完成教学任务。

三、结束语

目前，市场上对营销专业人才的需求越来越大，而大多数企业缺少的就是高质量的营销专业人才，市场营销行业的就业前景较好。而作为培养高水平的高职院校，在对市场营销的人才培养中，要考虑到不同市场对人才的不同需求，注重学生的专业技能、实践能力、职业素养的培养，制定符合企业需要的市场营销人才培养计划，为社会输送更多的营销专业人才。

市场营销具体来说就是企业在实际经营发展过程中以满足客户的需求为中心所实施的一切与产品生产、流动、销售和售后服务相关的经营活动。在现代社会的市场竞争中，任何企业想要获得一定的竞争优势都离不开市场营销活动。因此在企业建设过程中还应该进一步加强对市场营销管理工作的重视，以科学的管理提升营销水平，促使企业获得更好的发展。

一、我国市场营销的发展和演变

市场营销经过长时间的发展到当今社会已经具备一百多年历史，在漫长的历史演进过程中，由于社会环境不断发生着变化，也对市场营销工作的主要内容进行了适当地调整，而从整体上进行分析，当前我国市场营销工作主要包含三个发展阶段：其一，产品导向阶段。在这一阶段中客户往往追求产品的质量和数量，基于此，企业一般将经营重点放置到内部运作方面，往往不会过于关注客户的需求。其二，销售导向阶段。在这一阶段中，受到全球性经济危机的影响，社会大众的思想意识发生了一定的变化，消费者在产品选择过程中具有更大的自由，但是受到自身收入情况的限制，消费者对产品的需求没有发生过大的变动。因此企业在市场营销工作中开始将高效的销售产品作为工作重点，一般通过推销完成产品的销售。但是对推销工作的过度重视导致一些销售人员在推销工作中实施过度营销，极大影响了社会大众对推销工作的信任度，到当今社会推销工作在企业市场营销中的优势逐渐开始丧失。其三，市场导向阶段。这一阶段中企业将满足消费者的消费需求作为营销工作的重点，在产品的生产和销售过程中都相对关注消费者的意愿。因此企业市场营销工作的开展必须要重点关注市场信息的搜集，并通过数据分析发现消费者的消费倾向，结合消费倾向制造相应的产品，促使营销效率和效果都得到了一定的提升。

二、对市场营销管理工作进行改革创新的措施

（一）进一步创新营销工作理念

市场营销理念是社会主义市场经济的一部分在实际发展过程中必然会受到社会发展形势的变化而进行适当的调整。因此在当前社会更为重视科技创新的情况下，基于消费者消费需求的多样化和个性化特征愈加明显，并且具备充足的时间和金钱进行消费选择，因此企业应该结合这一特征转变传统营销工作理念，探索现代化的营销思想，进而真正树立以消费者的消费需求为核心的营销理念，满足不同消费者的实际消费需求。同时，在对消费市场进行合理调查的基础上，还应该在营销管理工作中对市场营销渠道进行进一步的拓展，以个性化产品和服务的生产逐步提升营销工作的针对性和适用性，为企业市场竞争优势的获取创造条件。

（二）加强对绿色营销工作的探索

随着社会的建设发展以及人民生活水平的逐步提升，社会大众在生活中逐渐加强了对低碳理念的追求，甚至在消费生活中也往往倾向于选择低碳产品，在促使社会环保建设取得一定进步的同时，也对我国市场营销工作产生了一定的影响，为营销管理工作的开展指明了发展方向。因此，基于当前社会消费需求，新时期加强市场营销工作的管理还应该注重对绿色营销的探索，在市场导向下在企业中树立绿色营销理念，真正打造绿色营销品牌，进一步提升消费者对企业产品的认同感和接受程度。同时，为了进一步推进我国和谐社会的建设，国家相关部门也应该加强对绿色营销工作的探索力度，通过实施科学的绿色营销管理引导消费者逐渐树立更为科学的绿色营销理念，自觉抵制会造成环境污染或者资源浪费的商品，在维护社会环境，推进社会和谐发展方面贡献相应的力量。

（三）积极引进网络营销思想

在当前社会背景下，科学技术得到了进一步发展并在社会上得到普及性应用，对社会建设以及人们生活水平的提升产生了一定的积极影响。随着人们生活水平的提升，网络信息技术也在全社会范围内得到了一定的普及，促使企业的商品营销和社会大众的消费观念和消费方式发生了相应的变化，人们开始尝试借助网络购买相关商品，网络营销思想也随之应运而生，并且受到网络开放性和适用性的影响，市场营销更为关注消费者的个性化需求，企业市场营销工作的开展也往往以消费者为中心，希望能够通过开发对消费者消费欲望具有一定刺激性的产品来提升营销效率和效果，最终促使企业获得更好的发展。因此加强对营销工作的管理也应该重视探索网络营销思想，借助相应的数据分析技术从对消费者的消费诉求进行分析，进而针对消费者的消费倾向制定有针对性的产品生产计划，真正实现对市场潜在用户的挖掘，从而切实推进企业持续健康发展的营销目的。唯有如此，才能够真正在现代社会进一步推进营销变革工作的开展，借助现代化的营销管理理念对营销环境进行调整，在促进企业发展的同时为消费者的合法权益提供相应的保障。

三、结语

综上所述，伴随着社会的变迁市场营销也在社会变化的影响下发生了巨大的变革，从最初的以产品为导向逐渐过渡到当前社会的以市场为导向，市场营销工作的经济适应性得到了显著的增强。因此基于当前市场经济的实际发展需求，应该对营销管理工作进行改革创新，为企业持续健康发展提供更为有力的支持。

一、乳业市场现状分析

对中国奶业来讲，在经历了20\_\_年奶业悲喜交加的一年后，20\_\_年初奶业形势出现好转，犹如大病初愈的病人，虽然没有完全康复，但已经脱离了病态，如同人们所说的病好如抽丝一般，显示了奶业新生的活力。首先是市场销售进一步好转，消费者信心基本恢复，乳品销售阻力减少；其次是奶源出现紧缺，各地都传出企业争抢奶源的信息，例如宁夏流动奶站收奶被媒体曝光。奶源紧张直接导致了收奶价格一路飙升，最高奶价达到每公斤4.15元，目前基本上维持在3.5元左右。奶价的上涨让乳品企业生产成本大幅度增加，据了解，上半年全国大部分乳品企业处于亏损状况，仅奶源一项，开支就增加了30%以上。奶源涨价把去年乳品企业挣的利润基本上消耗怡尽。由于奶源紧缺，一些无良企业把20\_\_年的一些库存问题奶粉抛出，被有关部门查获，处理了直接责任人，有力遏制了问题奶粉流向市场。

二、伊利营销策略现状

1、产品策略

“用全球的资源，做中国的市场”，这是伊利提出多年的口号。在伊利看来，要在竞争激烈的乳品业市场生存发展，关键是控制好链条的两头——一头是奶源，一头是销售。内蒙古有着发展奶业得天独厚的自然资源。但是，资源优势并不等同于经济优势。牧场、奶牛、加工、市场是一个有机的链条。要达到顶端的经济优势，必然要经过转化与整合。

纯奶与酸奶在未来一段时间内仍将是市场的主流产品。伊利在区域、人员结构及通路建设方面有着较为明显的优势，主流液态奶还会有二三年较好的上升空间。海洋生物奶、高镁高钙高维奶等仍处于制造概念或树立形象的阶段。因此，我们认为，在奶源得到保障的基础上，首先要认清乳业的发展趋势，确认主攻方向是常温奶还是保鲜奶。同时，着手开发差异化产品，作为企业新的利润增长点。

2、渠道策略

液态奶的主导性零售终端是连锁超市、大卖场与社区奶站。超市与大卖场能为企业带来品牌的提升，扩大销量；社区奶站能锁定顾客，改善现金流量；就通路本身比较而言，社区奶站是企业的专用渠道，顾客很少受竞争品的干扰，因此能保证客源与产品价格的稳定性，然而要建立这样一条渠道需要较长时间。面对家庭销售逐渐形成直复营销模式，电话订购、送奶上户在不少地区已渐成气候。这一销售方式在当前阶段突出的是服务功能，它在一定程度上提升了瓶袋装牛奶的附加值；进一步的发展将会过渡到客户资料库营销，将突出一对一的个性化营销与服务。连锁超市与大卖场是一条公用的渠道，品牌之间相互干扰相当严重，顾客对品牌选择余地大，并且经常受促销影响而转换品牌，因此想稳定客源与保证正常售价往往比较困难。

因此伊利公司充分意识到竞争环境使牛奶的利润空间逐渐减少，已不适合走多级分销渠道。20\_\_年，即加大对终端的投入：包括买断大卖场的堆头位置，加大伊利形象店的建设、投入大批促销人员等。20\_\_年依然是持续对大卖场、连锁超市与社区奶店这些零售终端的掌控与建设，并且逐步重视对市场变化作出快速反应的机制建设。

3、促销策略

伊利的广告投放焦点仍然是央视。2亿元的广告投入，对任何一个企业来说，都是一笔很庞大的支出，没有强有力的销售收入作后盾，是绝对花不起这些钱的。但是相比乳业新军蒙牛，其以3、2亿勇夺央视标王的做法，是不是显得伊利在营销方面的保守？我们认为蒙牛的做法虽然突显了其欲在乳业大展拳脚的雄心，但其决策却不见得稳健，略显冲动。其可能凭借事件营销之势将品牌建设再上一层楼，但是否以缩减市场费用为代价？如果真如此，作为快速消费品，仅有品牌之名，而不能给予消费者以品牌之实，结果堪忧。

伊利“心灵的天然牧场”定位是相当成功的，给人以一种亲切而又迷人的感觉，不失活力、贴近消费者而又没有盛气凌人的霸气。天然牧场，突出了内蒙古奶源的优势，而通过心灵的沟通又对品牌形象进行了感性的升华。在推广过程中，辅之较强视觉冲击力的广告画面，取得了消费者的信赖，并逐渐建立起清新健康的品牌形象，这为伊利打下市场销售神话提供了强有力的感性支持。可以说，伊利成功的品牌定位使其在市场运作中事半功倍。

三、对伊利营销策略的建议

1、伊利的广告路线，在我们看来并不明朗，建立在感性层面上的“心灵的天然牧场”与建立在理性层面上的“天天天然，伊利纯牛奶”，看起来并无关联，前者有打动人心，引起共鸣之感，而后者却显得苍白无力，停留在纯粹的口号上，没有让消费者感受到它实质性的内容和依托。我们认为：对前者进行挖掘与深化，是伊利的品牌建设之道。伊利提出要做中国乳业的第一品牌，这就意味着它必须维护好消费者对乳制品恒久的心理期望，那就是绝对的绿色、天然，至鲜至纯。为此，伊利必须把自己的经营理念定位在为消费者营造“心灵的天然牧场”，并将这一概念融会到产品和企业文化中。

3、首先要有一个健康的经营理念，这是企业发展的前提；对于食品行业来说，消费者关注的是产品的质量问题，而这也是企业的立足之本；将以健康的产品为先导，将消费者健康作为一贯追求的目标；这便使得两家企业能够在20\_\_年因出现多起劣质而日益不受信任的中国奶粉市场中脱异而出，成为中国人相信的放心品牌。

市场营销是企业经营和管理的核心职能，特别是大型跨国企业，尤其把市场营销的品牌管理和公关、市场策划活动视为企业制胜的关键。

一、调查对象和研究方法。

(1)调查对象和内容有效问卷为213份。在校学生为调查对象，调查内容为报考前对所学的专业的了解程度、对自己兴趣的把握程度、对该专业的了解是通过何种途径、选择专业时考虑的首要因素是什么、对所学专业的教学计划和培养日标的了解程度、对学校的专业教育方而的满意度、是否想过转专业及转专业原因、所学专业的前景信息度等，问卷共设计了11个问题，对专业满意度的评价提出了11个问题，同时对专业各项目满意度评价提出了11个问题。

(2)研究方法文献资料法、调查问卷法、数据统计法、逻辑分析法。

二、结果与分析。

1、凭兴趣爱好初选市场营销专业的学生比例偏低。

选择学校和专业由于是兴趣爱好选择营销专业的占到36.62%，要受父母和他人的建议的只占到12.68%，但是被调剂的占到28.33%，受分数限制只有报考市场营销的占到28.63%。在调查过程中发现，在大一学生中，兴趣爱好选择营销的人数只有36%左右，但是在做访谈时，大三学生中有50%的同学表示觉得市场营销专业很有意思，在被调剂的同学中，有40%的同学表示不愿意转出市场营销专业的原因在学习过程中发现觉得市场营销不是原来所想象的，现在有兴趣学下去并从事相关工作。

2、专业认知教育不够。

学生的专业认知教育欠缺导致学生在选择专业时的盲目性，体现在对所学专业的教学计划、所学课程、培养日标、专业理想、就业方向等等缺乏了解，经调查得知，有80%的学生表示不了解所学专业的教学计划和培养目标。即便达到了解程度，有相当一部分同学要在上学两年，甚至两年以后。虽然近儿年来，学校逐步认识到了专业教育的重要性，加强了学生的专业教育，帮助学生树立正确的专业理想，但调查显示，仍有12.6%的学生对学校的专业教育不满意，3.29%的学生表示很不满意，只有50.23%的学生对营销专业表示一般。

3、学生自认为专业素质迷茫。

在学生应具备的基本素质方面调查中，62.5%的学生选择了随机应变能力，55%的学生选择了用于创新；但是在如何获得这方面的能力时，又很迷茫和无措，有高达82.5%的同学认为应具备英语四六级证书，有20%的同学想过要考会计从业证书。他们寄希望这些证书可以帮助他们获得素质证明。

4、学生对老师的实践经验很在意。

46.01%的学生认为实践经验是很重要的，只有30.99%的学生认为理论水平很重要。据此可以看出学生更希望在课堂上领略商场经营的分享。

5、学生对专业教育的期望。

有高达42.72%的学生认为策划，销售管理的实践很重要，但是只有5.16%的学生表示对这些实践课程很满意，31.92%的学生表示基本满意。

三、思考和建议。

1、专业认知度对学生成功成为企业所需要的人才有着指引的作用。

如果带着认知偏差进来，或者是带着无奈和被强迫学习专业，将导致严重的学习动力不足。因此在校期间老师要做很好的引导，否则应该允许其选择自己适合的专业，体现了学校对学生的意愿的尊重，是高等教育制度进步的表现。

许多同学对于专业认知非常缺乏，对于专业的培养日标、课程设置和就业方向概念模糊，千方百计转入一个“热门”专业，而不能根据自己的兴趣和能力选择适合自己的专业。众所周知，专业选择和以后的就业密切相关，在转专业的学生中，认为进入热门专业就能够顺利就业。事实并非如此，况且，眼前的热门专业儿年之后可能社会需求饱和或者形势发生变化，成为冷门专业了。因此，避免转专业闹剧的重演和国家教育资源的浪费，就应该加强学生的专业认知教育。

2、建议。

（1）加强专业介绍活动。

目前，学校采取的专业介绍是大一军训后进行一次专业动员。但效果一般，在大一新生毫无概念的情况下介绍培养方案体系，由于学生的理解和介绍能力有限，效果不佳，这种活动要在以后的每一学期都开展，可以请专业课教师或有关专家讲解专业特点、专业优势，帮助学生及时树立正确的专业理想。

（2）注重培养学生的综合素质。

从调查中可以看出，学生对实践教学时有着很高的热情。所以现在，用人单位更看重学生综合素质的高低。所以，提高学生综合素质是每个学校的培养目标，它包括学生的工作能力、基本能力和求职能力等。无论选择何种专业，学生只有提高自己的综合素质，才能在社会的竞争中立于不败之地。

（3）加企业实践活动打开学生的视野。

需要学校提供资源，使得学生在校能与企业亲密联系，通过实践活动各行各业的市场营销活动运营方式，打开专业思路。

（4）加强就业指导教育加强学生的就业教育。

以职业为导向进行专业选择，避免选择的盲日性。可以请已经在社会上取得成绩的往届毕业生回校进行现身说法，用他们自己的成功事迹来教育学生，学生从中感受到的印象会特别深刻，也最能触及学生的灵魂，引起学生的共鸣。

**市场营销报告篇十二**

【导语】本站的会员“彩蝶菲菲”为你整理了“市场营销

述职报告

”范文，希望对你有参考作用。

尊敬的各位领导、各位同事：

大家好！

充满着激情和挑战、承载着欢乐与梦想的xx年，在时光的轨道上渐行渐远，充满希翼的xx年，即将踏着春的气息，充满澎湃激情向我们走来。xx年，是我担任店店长的第x年，这一年对于我而言，是接受挑战、学习并收获经验的一年。在此，感谢公司领导和全体员工给予了我这样一个表现自我的机会和展示自我能力的平台，我感慨，我庆幸，我自豪，我喜悦。下面，我将对自己今年履行职责情况向大家做如下汇报，如有不当，请批评指正：

作为一名店长，我不仅要在产品销售上给员工做出表率，更要负责好店面的日常管理工作。为了更好的完成本职工作，我非常注重自身能力的增强。我积极参加公司组织的各种学习培训活动，认真学习公司下发的各种销售管理方面的资料。我还利用业余时间，通过课堂作文网网站了解与本行业有关的知识和信息。通过不断的学习，我的营销水平和管理能力都有很大的提高。

在工作中，我严格按照公司的规章制度要求自己，努力给员工做好榜样。认真做好店面的统筹管理工作，积极开展员工培训工作，努力提升公司的品牌形象。注重和员工之间的沟通交流，组织有意义的集体活动，增强团队的`活力和凝聚力。加强和顾客之间的交流，增进顾客对公司产品的了解，培养品牌的拥护者。在工作中取得了较好的成绩。

xx年，店在全体员工的共同努力下取得了良好的成绩：

一是彩宝销售业绩大幅度提升。总公司加大对彩宝款式更新的力度和速度以及对彩宝营销方案的调整，对我们来说既是机遇也是挑战。我认真的组织员工对公司新方案进行学习，对新产品进行了解。通过模拟营销等方式，加快员工对彩宝可换货的认识，提升了员工在彩宝销售方面的技巧。我店的彩宝销售额从去年的xx万元提升到今年的xx万元，取得了不错的成绩。

二是铂金销售业绩稳步的增长。通过对之前铂金销售情况的

总结

，找出了制约铂金销售的原因——对戒的码数和款式较少。针对这一情况，我们丰富了铂金戒指的款式，补齐了码数，从而提高了成单率，铂金的销售业绩实现了稳步的增长。

三是团队整体实力得到提升。在工作中，我通过给员工讲解公司的奖惩制度、福利制度，给大家分享我在生活工作中的感悟等方式，不断的增强员工的归属感和凝聚力，激发他们在工作中的激情与活力。加强对新员工的培训，让他们能尽快的适应工作，尽快的融入到我们的团队中来。

虽然在xx年我们店取得了不错的成绩，拿到了连续10个月对比去年上升奖和连续9个月达标奖，但是，我们要清醒的认识到我们的工作还存在许多不足的地方。

一是vip客户的管理上还不到位，整个店的vip客户偏少。

二是本店员工都是本地人，在管理上还存在不小的问题。

（一）加强团队打造，增强员工凝聚力

一是要加强员工思想认识方面的培训学习，帮助员工树立正确的人生观和价值观。二是通过换班的调整，增进对员工的了解，杜绝员工拉帮结派。三是多和员工进行沟通，及时了解员工的心理状况，化解工作中的矛盾。四是经常组织集体活动，组织员工和同片区的同事进行有意义的比赛，增强员工的集体荣誉感。五是加强员工招聘力度，多招一些外地员工和本地员工搭配，缓解管理工作中的压力。

（二）调整奖励机制，激发员工积极性

一是每两周评选出一名优秀员工给予奖励，并以此作为年度优秀员工的评选标准，以此来激发员工积极拼搏、奋勇争先的工作热情。二是评选优秀小班长，让员工独立带班，从中学会怎么去做一名优秀的领导者，给员工展示自身的机会和舞台。

（三）制定vip客户管理制度，加强vip客户管理

1、店内的重点客户由店长和领班亲自接待，给员工做好表率，并建立店长领班顾客维护本。

2、一定要千方百计留下进店顾客的联系方式。

3、除了平时大型节假日给顾客发祝福短信之外每周五统一给所有vip发祝福及温馨短信，并把给vip发信息的任务分配落实到个人。

4、顾客购买小票上没有留电话号码或者达到金额没有给予办理vip卡一律不算个人业绩。

5、每季度召开一次vip管理研讨会，大家共同总结一季度来vip管理工作的进展情况，并有针对性的提出下季度的改进方法和措施。

总之，一年来的工作取得了一定的成绩，但还存在诸多不足之处，在一些细节的处理和操作上存在一定的欠缺，我要在今后的工作学习中磨练自己，在领导和同事的指导帮助中提高自己，发扬长处，弥补不足。在新的一年将制定出我新的奋斗目标，以饱满的精神状态迎接新的挑战，向先进学习，向同事学习，取长补短，共同进步，为分店的明天而尽心尽责！借此机会也祝各位领导同事新年快乐，万事如意！

我的述职报告完了，谢谢大家！

市场营销工作述职报告范文

市场营销岗位述职述廉报告

市场营销实习报告

市场营销专业实习报告

**市场营销报告篇十三**

市场营销是现代社会非常重要的一个领域，我很荣幸得到一次市场营销实习的机会。在这次实习的日子里，我深入的了解了市场营销的一些理论和实践技巧，更加深入的了解了市场营销的本质和价值。在此，我将分享我的一些实习心得与体会，希望能够给市场营销的实践者们带来一些启发和帮助。

第二段：实习过程

我的市场营销实习是在一家中型企业中进行的，我被安排到了市场营销部门。我的工作主要是帮助市场部门完成市场调研和竞争分析的任务，并协助市场策划和推广活动的实施。在实习期间，我接触到了许多实际的市场营销问题和挑战，如如何制定有效的市场营销策略；如何构建和维护与客户的良好关系；如何选择和运用适当的营销手段等。通过对这些问题的探讨和实践，我逐渐深入了解了市场营销的本质和价值，并学会了运用市场营销理论和技巧解决实际问题的能力。

第三段：市场营销理论的认识

参与市场营销实习的过程中，我逐渐了解到了市场营销理论的核心是以客户为中心的营销。通过市场调研和竞争分析，了解客户的需求和偏好，针对客户提供合适的产品和服务，这样才能提升客户满意度和转化率，推动企业发展。同时，市场营销还需要运用不同的手段和渠道，如社交媒体、搜索引擎优化、直播电商等，来吸引和挽留客户，使之对企业和其产品更加信任和认同。

第四段：实践经验的总结

通过市场营销实习的实践，我了解到市场营销需要不断学习和研究，以便能够运用最新的市场营销手段和趋势，及时调整和优化营销策略，提升市场竞争力。同时，在与客户的交流中，需要注重细节和精神面貌，用真诚和积极的态度去引导和支持客户，为客户提供优质的服务和体验，进而建立长期的合作关系。

第五段：结语

总之，本次市场营销实习让我深刻感受到了市场营销的重要性和挑战性。在实习过程中，我收获了许多宝贵的经验和体会，也借此加深了对市场营销理论的理解和认识，相信这些经验和体会将为我将来的职业发展和学习带来极大的启发和帮助。同时，我也期待着能够将这些经验和体会，与更多的市场营销实践者分享和交流，共同促进市场营销的发展和创新。

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