# 最新网络营销实训总结(通用14篇)

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2024-12-04

*总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。什么样的总结才是有效的呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。网络营销实训总结篇一《网络营销实训》是市场营销专业的一门专业必修课程。该实习在学生修...*

总结是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论，是对以往工作实践的一种理性认识。什么样的总结才是有效的呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**网络营销实训总结篇一**

《网络营销实训》是市场营销专业的一门专业必修课程。该实习在学生修完相关理论课之后进行。通过四周的网络营销实训实习，使学生能够掌握网络营销的基本技能，网站营销的综合技能和网络营销的专项技能，并具备基本的网络营销实战能力。

实训期间，学生要严格遵守学校的各项规章制度。为能按时按质完成实训任务，要求学生认真完成网络营销实训的各项任务，圆满完成本次网络营销实训。

实训一：在网络平台发布供求信息

1、网上交易平台的分类

2、熟悉网上交易平台的原则

3、掌握进入网上交易平台的方法

4、掌握网上交易的规则和流程

1、搜索网上交易平台，并进行分类

2、首先通过调研农产品的特性，确定登录信息内容

3、在知名网站注册，进行信息登陆。

4、发布农产品的相关信息

5、在求购页面发布求购信息

6、相互浏览所发布的信息

7、将以上步骤抓图保存，最后提交作业。

选好一种农产品，收集其详细的信息。

1、 收集有关农产品的信息资料

东北大米产地主要位于黑龙江的五常、盘锦、肇东等地， 生长周期在180天左右，为其提供了得天独厚的自然条件，阳光雨露充足，又种植在极肥沃的黑土壤中，富含丰富氮、磷、钾等多种矿物元素，极其符合稻米生长的`要求，以纯净无污染的河水或井水灌溉，独特地域优势，保证了大米独有的品质。

一：颗粒饱满,质地坚硬,色泽清白透明。

二：饭粒油亮，香味浓郁。

三：蒸煮后出饭率高，粘性较小，米质较脆。

四：有丰富的蛋白质、脂肪、维生素、矿物质等营养物质

五：横断面呈扁圆形，颜色白色透明的较多，也有半透明和不透明的。

**网络营销实训总结篇二**

不知不觉，一周网络营销实训已经圆满结束。回想在这周的实训生活，虽然不用怎么上课，但其实工作量还挺大的。每天都对着一大堆电子商务和网络营销的资料，眼前不是百度就是google。很多相关的只是还没有了解得很透彻，所以唯有借助网络去做进一步的了解。

在以前还没有接触电子商务，什么概念都不懂，现在就不同了，现在我已经对电子商务有了一定的了解。实训让我得以明白电子商务的本质，电子商务是指利用算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务(买卖)过程中的电子化、数字化和网络化。人们不再是面对面的、看着实实在在的货物、靠纸介质单据(包括现金)进行买卖交易。而是通过网络，通过网上琳琅满目的商品信息、完善的物流配送系统和方便安全的资金结算系统进行交易(买卖)。

这次实训的目的与要求，是让我们学生动手实验，使学生了解电子商务各模块的流程以及操作过程，并对电子商务的特点和应用领域有感性的认识。当中除了纯粹的电子商务与网络营销方块之外，还包含了网络店铺客服问题和第三方物流方面的知识。这次的实训内容其实很多，刚开始看起来觉得应该会很容易的，但是，实际做起来才知道不那么简单。尤其是在开网店这一部分，如果是一个人在弄，根本是做不好的，这也需要合作，这让我明白到，走入社会后不要什么都是一个人弄，与别人一起合作，你可以做的更好的。

通过这次的实训，让我知道，电子商务与网络营销这种新型的国际贸易方式以其特有的优势(成本低、易于参与、对需求反映迅速等)，已被愈来愈多的国家及不同行业所接受和使用。这种新兴贸易方式对传统法律(无论是英美法系，还是大陆法系)关于

合同

的成立条件、合同有效性规范、支付方法、提单的转让等一系列法律法规和要求，提出了严肃的挑战。现行的法律法规已无法满足电子商务与网络营销发展的需求，阻碍了电子商务的正常发展。因此，有必要为电子商务建立起一套必要的法律法规和共同遵守的商业规则，为电子商务的动作提供法律依据，以促进国际贸易更好的发展。虽然我知道的可能还不是很多，但这次实训给了我一个很好机会，让我知道很多知识，电子邮件服务、网上银行服务、电子钱包管理与使用.在实训的过程中，有很多优秀认真的人，借此机会向他们学习外，更能看到别人为了目标所付出的心力，同学之间的激烈和刺激深深的震撼了自己。每一个同学在实训的过程中，都可以说遇到过挫折。尤其是有的时候操作得不到结果的时候，伴随而来的压力和毫无头绪的想法，常常令我苦恼，也正是因为这样，使我对自己的能力有更清楚的认识。我认识到了要学好电子商务，要注重理论和实践相结合，理论固然重要，但实训操作才能使我们更快的掌握这些知识。

虽然这次实训比较的辛苦，但通过这次实训，我接触到了很多新的东西，这些东西给我带来新的体验和新的体会。我懂得很多关于电子商务与网络营销方面的知识与实际操作，学校给我们这次实训的机会，从理论和操作这两方面融会我们的知识，为我们的学习和以后的工作铺掂了精彩的一幕。但我们要学的还有很多，要接触的还有很多，以后的路还很漫长，我相信我们会更加努力的，把握现在，有什么关于电子商务与网络营销不明白的还可以问李老师。我们要为自己的未来而奋斗，我坚信，只要我用心去发掘，勇敢的尝试，一定会有更大的收获和启发，也许只有这样才能为自己以后的工作和生活积累更多的丰富的知识和宝贵的经验，我会慢慢成长、成熟，我相信不远的未来定会有属于我们自己一片美好的天空。我们会用我们学回来的知识闯出一片天.

1、没有参加实训之前，比较迷茫，不知道如何操作，从第一天开始思路变得清晰，做网络营销注意一些细节，每天都有忙，是实实在在的学到了真东西，之前对写文章了解的也不多，通过实训对文章写作。

4、之前把网络营销想得太困难了，通过三天的学习，练习，总结，让我知道了其实网络营销没什么太难，只要认认真真的把本工作做好，网络营销是个比较辛苦的工作，之前对网络认识的不多，只知道网络是玩的，这三天让我知道了其实网络是可以做很多的，给我们带来方便，生活的快乐，网络也可以帮助人，对网络了解的不多，是会害人的，只有真正的认识网络才知道网络是限大。

这三天让我思路清晰，现在出去一进入企业都熟练操作，

在此要感谢深山老林人，是他们的热情，青春活力，相信深山老林人不管走到那里都有快乐！！

不知不觉，两周的电子商务与网络营销实训已经圆满结束。回想在这两周的实训生活，虽然不用像以前一样上课，但其实工作量还挺大的。每天都对着一大堆电子商务和网络营销的资料，眼前不是百度就是淘宝。

这次实训让我得以明白电子商务的本质，电子商务是指利用算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务(买卖)过程中的电子化、数字化和网络化。人们不再是面对面的、看着实实在在的货物、靠纸介质单据(包括现金)进行买卖交易。而是通过网络，通过网上琳琅满目的商品信息、完善的物流配送系统和方便安全的资金结算系统进行交易(买卖)。

这次实训的目的与要求，是让我们学生动手实验，使学生了解电子商务各模块的流程以及操作过程，并对电子商务的特点和应用领域有感性的认识。当中除了纯粹的电子商务与网络营销方块之外，还包含了网络店铺客服问题和第三方物流方面的知识。这次的实训内容其实很多，刚开始看起来觉得应该会很容易的，但是，实际做起来才知道不那么简单。尤其是在开网店这一部分，如果是一个人在弄，根本是做不好的，这也需要合作，这让我明白到，走入社会后不要什么都是一个人弄，与别人一起合作，你可以做的更好的。

这次实训的灵活性很强，可以充分发挥自己的潜力，其实学习的

过程当中并不一定要学到多少东西，个人觉得开散思维怎样去学习，这才是最重要的，而这门课程恰好体现了这一点。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。而且这次的实训从程序上面看起来很复杂，我们组进行了任务的分工，一下子就变得简单化了。原来以为自己负责将网站建起来任务是最轻的，没有想到是最为复杂的，需要的资料很多。而给予我们的时间有限，不得不在其他的时间进行补充和修改。此次我们组的主题就是围绕我的淘宝店铺而进行的一系列的推广和策划，依我们看来，进行实践的调查和推广不太切合实际情况，实施的可行性不太高，所以我们将这次的重点放在的虚拟的网络上-淘宝店铺。我的店铺成立于20xx年，虽然成立的时间也不是短了，但是发展的速度比较缓慢，其主要的原因是没有好好去经营，也没有将它进行推广，希望经过这次的实训能够提高店铺的知名度，让更多的人知道我的店铺，从另一方面，增加店铺的销售额，最终实现盈利。

通过这次的实训，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，通过这次的实践操作，我认识到了自己的不足，更感觉到了自己与别人的差距。为了明年的毕业而做准备，从各方面充实自己，使自己适应这个社会。

虽然这次实训比较的辛苦，但通过这次实训，我接触到了很多新

的东西，这些东西给我带来新的体验和新的体会。我懂得很多关于电子商务与网络营销方面的知识与实际操作，学校给我们这次实训的机会，从理论和操作这两方面融会我们的知识，为我们的学习和以后的工作铺掂了精彩的一幕。但我们要学的还有很多，要接触的还有很多，我坚信，只要我用心去发掘，勇敢的去尝试，一定会有收获和启发，也许只有这样才能为自己以后的工作和生活积累更多的丰富的知识和宝贵的经验。

**网络营销实训总结篇三**

我是一名学习市场营销专业的毕业生，在今年很有幸被x啤酒集团录用，成为一名实训业务员，经过培训合格后，我进入了河南x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，实训业务员做起，时至今日已有三个月了，我写下了自己的实训总结，希望这篇市场营销专业实训总结可以给其他市场营销专业的实训生提供参考范例。

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!

**网络营销实训总结篇四**

随着同学们考试的结束，第三教学周期的考试也随之结束了。考试之后，我对上一教学周期我的教育教学工作做了一个总结。

一、课程安排

第八节课带领学生们学习传统文化《弟子规》，通过学习弟子规，希望同学们能够建立正确的人生观、价值观，养成良好的生活习惯和行为习惯，为以后走上社会，进入工作岗位打下一个良好的基础。

不仅注重学生专业技术的学习，专业能力的提高，还能让他们在学校的这段时间能够成人，成为对社会有用的人。

二、狠抓学习风气

狠抓学习风气，塑造学习化的学习习惯，学生在这个阶段，学习观念、学习方法以及学习态度上要进行转变。我会利用班会时间、私下找学生聊天的时间跟同学们强调学习风气的重要性。

三、开展活动，丰富同学们的课外生活

在上一教学周期，组织同学们参加了学校组织的国家博物馆一日游，同学们深刻的感受到了中国文化的博大精深，对我们中国的历史有了更深一层次的认识。下一教学周期，我们会组织学生举办更多的户外活动，让同学们走进大自然，感受大自然，并提高他们的团结协作的能力。

当然，我的工作还有很多不足之处，比如，有的同学不能很好的处理和同学们之间的关系，不能和同学们融洽相处。在下一教学周期，我会不断的提高自己的工作能力，让同学们都能够踏踏实实的在这里学习。

**网络营销实训总结篇五**

企业销售商品的必要外部条件之一是该商品存在着市场需求。人们把具备这个条件的商品称为是适销对路的。只有存在市场需求，商品才能销售出去。某种商品的市场需求，是指一定范围的所有潜在顾客在一定时间内对于该商品有购买力的欲购数量。如果某种商品的市场需求确实存在，而且企业知道需要的顾客是谁，在哪里，就可以顺利地进行商品销售。通过今天的市场营销实训让我深深的明白：“怎样才能成为一个成功的营销人员”市场营销是一门综合性很强，灵活性很强的学科。可以使我们充分的挖掘自身的潜力。刚开始老师对今天的内容做了简单的介绍和全程的操作是我们对今天的学习内容产生了兴趣并有了一个整体的轮廓，并收集了相关的信息和资料。

开始了我选择了东北地区作为我的目标市场结合了3000万启动资金并进行了市场调查分析采用了问卷调查的手段，结合了该地区的人口特点对手机的供求市场进行总体的分析，对竞争进行分析，swot分析等，一切的营销都以营利为目的。现在我不是一个人，而是一个企业的领导者。销售策略对一个企业的生存有重要意义，通过定价策略，销售策略，产品策略。等控制企业的发展的强大。开始我就遇到很大的困难，由于企业的市场占有率低，是企业进入困境，我发现销售渠道的重要性，我选择开辟华东地区作为新的目标市场，并采取广告策略，但手机的生产成本较高没有做好预算导致企业再次陷入绝境。后来在同学的帮助下我结束这次训练，虽然错误连连，企业也没有盈利可是我总结了经验对下一次的训练做好了总结。

在第二次的模拟试验中，我防微杜渐，首先不再将公司的产品局限于低档产品而是生产高中档产品，利用广告效益增加市场份额，我注意抓住市场，发挥市场潜力。我发现一名经营者要做到准确的把握市场，制作优良的营销的方案，绝对的告别纸上谈兵，抓住经验，一个创业经营者要有一定的规划，如果盲目的生产或盲目的销售，只会适得其反。

1在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。

3要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争对头，利于不败之地。

4既要制定较长期的战略计划，决定企业的发展方向和目标，又要有具体的市场营销计划，具体实施战略目标。

5企业的营销不是一个人的事情，而是需要一个团队。发挥整体的力量。

以上就是我对营销实战的简要总结。

一周的实训虽然困哪重重，却让我受益匪浅，我深深的了解到每一个创业者的艰难，经历了巨大的压力和不懈的努力。要成功就必须有充足的准备。还要具有对市场的洞察力，创新意识和管理的才能，把握每一次机会。

看了市场营销策划实训心得体会的读者还看了：

**网络营销实训总结篇六**

通过几天网络营销的培训，其中的收获颇多，具体自己的感受体主要体现在现以下几点：

一、开展网络营销是一个长期积累的过程，所以必须要有一个长久作战的准备，最重要的是需要领导的高度重视，积极支持与充分的信用。

二、在现在的信息社会，建议发动公司所有可用的资源，能给公司的员工培养一种人人都可以作为销售一员的思想观念，人人参与，多一份付出就可能多一个机会，多一条出路。

三、网络营销必须要尽早组建专业的团队，只有在充分的准备下，知己知彼，充分的去了解市场后，才能够更有底气做好网络推广和营销的工作，使之一开始就成为一个营利性的网络营销。

四、针对公司的产品以及网络营销一个消息透明度高，信息传播快，竞争激烈的特点，觉得有必要我们推广的产品确定一个自己的主打产品，并且保证在这个方面有我们独特的优势。比如在灯饰方面有自己独特的设计，在技术方面有自己的突破等。

五、尽早确定公司的网络营销的定位体系，考虑到我们是以工厂的形式及同行的竞争特点，我们面对最基本的客户应该是加盟商与经销商，本人觉得可以采取：招商加盟+网络批发的形式。

六、有我们名海科技品牌自己的一套成熟的营销模式(qq营销，邮件营销，博客营销推广方式，及自己的推广理念等)。

七、对与营销推广方式，以b2b推广为主，搜索引擎，广告为辅的原则。确定网络推广的业务范围与推广对象。

以上是针对网络营销的一个大体方向上的认识，结合公司现在的具体状况，个人觉得应该优先考虑并开始实施以下几点：

一、整理出自己的人才培训及招聘要求的资料，针对于网络营销这块人员招聘有一个具体的流程，本人建议是以笔试+面试的形式。从不同的方位去了解应聘者对网络营销的认识。

二、分工协作，划分好每个人对于网络营销的自己的具体的角色，人在于精不在于多，分工层次要清晰，责任到每个人。

三、充分利用所学，开始做好相关资料seo方面的工作，这是一个长期积累的过程。

四、分工协作从不同的方向分析调查市场，尽早定位出公司的网络营销模式。

通过此次实训，让我学到了很多课堂上更本学不到的东西，仿佛自己一下子成熟了，懂得了做人做事的道理，也懂得了学习的意义，时间的宝贵，人生的真谛。明白人世间一生不可能都是一帆风顺的，只要勇敢去面对人生中的每个驿站!这让我清楚地感到了自己肩上的重任，看清了自己的人生方向，也让我认识到了配货工作应支持仔细认真的工作态度，要有一种平和的心态和不耻下问的精神，不管遇到什么事都要总代表地去思考，多听别人的建议，不要太过急燥，要对自己所做事去负责，不要轻易的去承诺，承诺了就要努力去兑现。单位也培养了我的实际动手能力，增加了实际的操作经验，对实际的物流配货工作的有了一个新的开始，更好地为我们今后的工作积累经验。我知道工作是一项热情的事业，并且要持之以恒的品质精神和吃苦耐劳的品质。我觉得重要的是在这段实习期间里，我第一次真正的融入了社会，在实践中了解社会掌握了一些与人交往的技能，并且在次期间，我注意观察了老员工是怎样与上级交往，怎样处理之间的关系。

利用这次难得的机会，也打开了视野，增长了见识，为我们以后进一步走向社会打下坚实的基础。实习期间，我从末出现无故缺勤。我勤奋好学.谦虚谨慎，认真听取老同志的指导，对于别人提出的工作建议虚心听取。并能够仔细观察、切身体验、独立思考、综合分析，并努力学到把学样学到的知道应用到实际工作中，尽力做到理论和实际相结合的最佳状态，培养了我执着的敬业精神和勤奋踏实的工作作风。也培养了我的耐心和素质。能够做到服从指挥，与同事友好相处，尊重领导，工作认真负责,责任心强，能保质保量完成工作任务。并始终坚持一条原则：要么不做，要做就要做最好。

**网络营销实训总结篇七**

开始了我选择了东北地区作为我的目标市场结合了3000万启动资金并进行了市场调查分析采用了问卷调查的手段，结合了该地区的人口特点对手机的供求市场进行总体的分析，对竞争进行分析，swot分析等，一切的营销都以营利为目的。现在我不是一个人，而是一个企业的领导者。销售策略对一个企业的生存有重要意义，通过定价策略，销售策略，产品策略。等控制企业的发展的强大。开始我就遇到很大的困难，由于企业的市场占有率低，是企业进入困境，我发现销售渠道的重要性，我选择开辟华东地区作为新的目标市场，并采取广告策略，但手机的生产成本较高没有做好预算导致企业再次陷入绝境。后来在同学的帮助下我结束这次训练，虽然错误连连，企业也没有盈利可是我总结了经验对下一次的训练做好了总结。

在第二次的模拟试验中，我防微杜渐，首先不再将公司的产品局限于低档产品而是生产高中档产品，利用广告效益增加市场份额，我注意抓住市场，发挥市场潜力。我发现一名经营者要做到准确的把握市场，制作优良的营销的方案，绝对的告别纸上谈兵，抓住经验，一个创业经营者要有一定的规划，如果盲目的生产或盲目的销售，只会适得其反。

1在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。

3要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争对头，利于不败之地。

4既要制定较长期的战略计划，决定企业的发展方向和目标，又要有具体的市场营销计划，具体实施战略目标。

5企业的营销不是一个人的事情，而是需要一个团队。发挥整体的力量。

以上就是我对营销实战的简要总结。

一周的实训虽然困哪重重，却让我受益匪浅，我深深的了解到每一个创业者的艰难，经历了巨大的压力和不懈的努力。要成功就必须有充足的准备。还要具有对市场的洞察力，创新意识和管理的才能，把握每一次机会。

市场营销策划实训心得二

我们的实训，在这周终于告一段落，这写日子以来我们的课程真的比较少，但是我个人觉得这些天却是异常的累，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去，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，让我们更加的注重的团队精神。

从我们确定主题、计划、与店家进行商讨、问卷设计与修改、整理分析数据和撰写调查报告、以及我们后期的策划方案。这一系列的活动过程都是以8人组成的团队进行的一次真正意义上的调查活动，充分发挥了我学习的主动性和积极性，锻炼了我的组织能力和实践能力。

其实我们在面对确定我们主题时就发生了很大的争议，有的认为这样有的认为那样的产品比较好，这期间我们曾今就是选择的爱国者t70，不过后来发现这一品牌我们无法与厂家进行实际的交流，后来经过我们全体人员的讨论与分析走访，最后终于确定了我们此次实训的主题，那就是稀奇古怪店，我们一致认为它不仅益智还有诙谐、幽默，更是具有市场前景。经过主题的确定后，我们就渐渐开始做我们的实训。

虽然在实践的过程中碰到了很多钉子，对实践的内容没头绪，制作过程不知道该如何着手，同学及老师对我们的评价与批评…..种.种的问题困扰我们，有时候的我甚至有点不知道所错，就在这时，我的团队他们来了，给我提供了灵感，从他们哪里我看到了问题的另一面，当然，我相信其他的队员他们也是这样。切实的体会到了彼此的好。

当然我们队员间除了了默契的配合外，当然也有一点的问题而吵得面红耳赤，总有那一股让对方理解自己的见解，并且同意。虽然对问题的看法有不同的观点，但是很快也能达成共识，为了这一份团体的作业，努力着。

另外我们还有与老师的交流，老师帮我们分析我们的情况，我们该怎么着手去做这些事，当然老师也是必须知道我们的我们的思路，看看我们的见地是怎样?加以分析与讲解，当然在这期间我们也是为了一个简单的问题争的是面红耳赤的。

除了我们团队本身带来的一些列困难，，我们还面临着消费群体的不理解，我记得我在发前几分问卷时，总是碰钉，他们都是以各式各样的理由拒绝我，可是后来慢慢的就算那些不大愿意填写问卷的人，我也能够在他们哪里得到我想要的问卷调查的结果。自己的问卷也是越来越顺畅，几乎再也没有碰壁的情况发生了。从这我知道了原来发问卷也是一门很深的学问，怎样才能让别人不拒绝你，是需要充分发挥你的应变能力和社交能力的。自己在这其中的社交能力也得到了很大的提高。

这一切的一切都是我们在这次实训时面对的困难与问题，但是我们不但没有泄气,反而这更让我们振作精神对待问题。我明白老师和同学的评价和批评是为了让我们个更完美的实践调查。

我们这次学习了营销策划实训的教学实践，利用了理论和老师提供的平台，去应用和创造，发挥了我们的优势，丰富了我们的教学。经过这次充满挑战机遇的教学实践，锻炼我们的实际工作能力，提高了我的社交能力，写作能力，更让我提高了组织能力。我还学会了遇到困难该如何面对并去解决，这让我提高了分析能力。此外，还让我巩固了专业知识，学会了如何运用理论与实践相结合。另外，我们还再一次的利用和分析了一下spss，spss对我们大多数的人来说都已经变得很陌生了，不过这一次的利用，又让我们不少的人重新的学习和复习了一下我们上学期学的spss软件。这次的数据分析我们比以前变得更加的专业，我们也更加的知道该怎样的分析这些的数据表。大大的提高了自己在这方面的学习与应用，这样看来我们比上一次的应用是更加的准确与有方向感。知道该何去何从。

经过了前期的报告的分析与总结后，我们发现了市场是怎样的，我们对于我们所选的稀奇古怪店有了进一步的掌握，我们知道该从什么方面出发，我们从我们的问卷和市场报告，知道了我们的消费者的一些问题，当然也针对着一些列的问题进行了专门的研究与分析。后来，我们面对着一些的问题，把我们的报告给我们的老师讲解。

后来，我们就进入了我们的关键的环节，也就是我们的方案的策划，当然这一工程不是我们一个两个就可以完成的，这时候我们的团队一起来努力，我们分工与综合。我们把这一方案的板块分下去，在我们团队的努力之下，我们的策划方案出来了，最后我们在一教室里进行集体的讲评与交流。

总之经过这次的实践，让我学到了很多以前从未学到过的知识。让我开动了脑筋并投入到此次调查活动中，积极发挥了我们专业的优势，同时也大大的提高了自己个人方面的能力。实训虽苦，可是我乐在其中。

市场营销策划实训心得三

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!

市场营销策划实训心得四

经过两个星期的策划实习，我深深的感觉企业策划是提高市场占有率的有效行为，如果是一份创意突出，而且具有良好的可执行性和可操作性的企业策划案，无论对于企业的知名度，还是对于品牌的美誉度，都将起到积极的提高作用。

在策划过程中我体会到策划有：创意策划。出点子、拿主意，想出个好办法。公关策划。运筹、谋划一件事，从头到尾，做出方案，一步一步实施。市场策划。通过思想、运作，借助媒体、工具、关系，制造一种新事物，并且让之广泛流行。战略策划。通过长期调查研究，汇聚学、商、政界思想，进行预测、规划，制定方案，为重大事件提供全局性的情报咨询、信息总汇、决策方案和实施规划。谋略策划。为点子策划、公关策划、市场策划、战略策划等提供总体思路、运作方法、实施准则和操作手段。

要想写出一份出色的策划，对策划人在知识水平和工作能力上都有很高的要求：首先知识能力要求，企业策划人要具有策划学、广告学、经济、文学、政治、思维学等方面的相关知识。对于各种情况和多种信息进行科学的分析和判断，对事物变化的趋势作出准确的评估。有远见卓识和创造力，敢于大胆提出具有构思严谨、设计别致、选择合理的企业策划。其次，实际能力要求。策划是一门科学，更是一种艰苦的具有创造性的思维活动和脑力劳动，所以企业策划人要具备较强的实际工作能力。第一，掌握策划书的制作方法和写作技巧。能把策划书中封面、序文、宗旨、内容、预算、策划进度表，有关人员职务分配表，策划所需的物品及场地、策划的相关资料等内容统一结构起来。在策划书中不能透露企业策划的核心机密。第二，全面掌握企业策划的基本程序和要求，能独立完成设定问题(课题)与目标、环境分析、组织实施、效果评价与反馈策划工作。在产品策划上，能从设想出发，经过评估、择优，再经不断考验、修改，最后获得有竞争力的新产品等等。

经过这段时间的学习，我深感做一个的企业策划人，要经过很大的努力，我也将在以后的学习和生活中不断去提升自己!

**网络营销实训总结篇八**

通过一周的实习我认为对网络营销的认识可主要从以下几个概念入手：

市场营销作为一门学科，于20世纪初诞生于美国，它经历了以生产为导向的营销观念、以产品为导向的营销观念、推销观念、以市场为导向的营销观念以及社会营销观念等五个阶段。近年来，营销理论又有了较大的发展，这主要表现在随着互联网的普及，使得市场营销环境有了根本性的改变，从而对市场营销策略和理念产生了巨大的冲击。作为一种全新的信息沟通与产品销售渠道，互联网改变了企业所面对的用户和消费者、虚拟市场的空间以及竞争对手，企业将在一个全新的营销环境下生存。菲利普。科特勒将营销定义为\"个人和集体通过创造、提供并同他人交换产品价值，以获得其所需所欲物的一种社会和管理过程\"。也就是说，营销是以满足人类各种需要和欲望为目的，通过市场变潜在交换为现实交换的活动总称。而网络营销(cybermarketing)是指借助于互联网络、电脑通信技术和数字交互式媒体来实现营销目标的一种营销方式。从这两个定义来看，网络营销与传统的市场营销并没有根本的区别，它们都要实现其营销的目标，即将潜在的交换转化为现实的交换。

网络市场调研的优势主要表现在以下几个方面：一是它的互动性，这种互动不仅表现在消费者对现有产品的发表意见和建议，更表现在消费者对尚处于概念阶段产品的参与，这种参与将能够使企业更好地了解市场的需求，而且可以洞察市场的潜在需求；二是网络调研的及时性，网络的传输速度快，一方面调研的信息传递到用户的速度加快，另一方面用户向调研者的信息传递速度也加快了，这就保证了市场调研的及时性；三是网络调研的便捷性和经济性，无论是对调查者还是被调查者，网络调查其便捷性都是非常明显的。调研者只要在其站点上发布其调查问卷，而且在整个调查过程中，调研者还可以对问卷进行及时修改和补充，而被调查者只要有一台计算机、一个modem、一部电话就可以快速方便地反馈其意见。同时，对于反馈的数据，调查者也可以快速便捷地进行整理和分析，因为反馈的数据可以直接形成数据库。这种方便性和快捷性大大地降低发市场调研的人力和物力耗费。

传统的市场营销策略是由迈卡锡教授提出的4p组合，即产品(product)、价格(price)、渠道(place)和促进(promotion)。这种理论的出发点是企业的利润，而没有将顾客的需求放到与企业的利润同等重要的地位上来。而网络的互动性使得顾客能够真正参与整个营销过程，而且其参与的主动性和选择的主动性都得到加强。这就决定了网络营销首先要求把顾客整合到整个营销过程中来，从他们的需求出发开始整个营销过程。据此，以舒尔兹教授为首的一批营销学者提出了4c的市场营销理论，即消费者的需求和欲望(consumers wants and needs)、成本(cost)、便利(convenience)和沟通(communication)。因此网络营销的模式是从消费的需求出发，营销决策(4p)是在满足4c的要求的前提下的企业利润最大化，最终实现的是消费者需求的满足和企业利润最大化。在这种新营销模式之下，企业和客户之间的关系变得非常紧密，甚至牢不可破，这就形成了\"一对一\"的营销关系(one-to-one-marketing)，这种营销框架称为网络整合营销，它始终体现了以客户为出发点及企业和客户不断交互的特点。

仅从销售的角度来看，网络营销是一种直复营销。直复营销的\"直\"来自英文的\"direct\"，即直接的缩写，是指不通过中间分销渠道而直接通过媒体连接企业和消费者，网上销售产品时顾客可通过网络直接向企业下订单付款；直复营销中的\"复\"来自英文中的\"response\"，即\"回复\"的缩写，是指企业与顾客之间的交互，顾客对这种营销努力有一个明确的回复，企业可以统计到这种明确回复的数据，由此可对以往的营销效果作出评价。

市场营销的mi是企业或组织整体mis的一部分。mis是一个信息系统，它通过程式化的程序从各种相关的资源（公司外部和内部的都包括）收集相应的信息，为经理们提供各层次的功能，以使得他们能够对自己所应该负责的各种计划、监测和控制活动等做出及时、有效的决策。这个表明mis的本质是一个关于内部和外部信息的数据库，这个数据库可以帮助经理们做分析、决策、计划和设定控制目标。因此重点是如何使用这些信息，而不是如何形成这些信息。最有效的mis能够反应随着时间的推移和内部程序的改变，外部的变量如何改变，也就是说，时间和内部变量是否会对外部的变量产生影响。这就建立了一个强大而且有效的知识库，它可以帮助进行预测。虽然建立和维mis是非常耗时和昂贵的，但是与其带来的潜在利益和对决策准确性的提高相比，对一个组织来说这还是值得的。internet为建立和维护mis提供了一个理想的工具，而mis也是网络营销中的一个重要的内容。

faq(frequently asked questions)是网上顾客服务的重要内容之一，它为顾客提供有关公司产品与服务等方面的信息。面对众多公司能够提供的信息以及顾客可能需要的信息，最好的办法就是在网站上建立顾客常见问题解答(faq)。faq主要是为提供有关产品、公司情况，它既能够引发那些随意浏览者的兴趣，也能帮助有目的的顾客迅速找到他们所需要的信息，获得常见问题的现成答案。

通过这一周的实习，我自己明白了在今后的经济领域发展中网络营销的重要性，特别是我们学习市场营销的同学，传统的市场营销已经离开始离我们远去，我们现在必须要掌握网络营销，借助互联网这个平台来发挥传统的商业销售模式，这也是今后商业发展的趋势，所以通过这短短的5天学习时间我明白了将来的工作和学习重点。

**网络营销实训总结篇九**

内容预览：……实训之前，网络管理对我来说是比较抽象的，一个完整的项目要怎么来分工以及完成该项目所要的基本步骤也不明确。而经过这次实训，让我明白一个完整项目的开发，必须由团队来分工合作，并在每个阶段中进行必要的总结与论证。在这次实训中，我们每个人都有属于自己的工作，我负责的是群集服务器，原来我连群集服务是什么有什么作用都不知道，现在虽然也不是很清楚，但至少我有了大概的了解，群集服务(由事件处理器，故障转移管理器/资源管理器，全局更新管理器，以及其它部分组成)是mscs的核心部件，并作为高优先级的.系统服务运行……大学生网络管理实训总结……说受益非浅。除此以外，我还学会了如何更好地与别人沟通，如何更好地去陈述自己的观点，如何说服别人认同自己的观点。第一次亲身感受到理论与实际的相结合，让我大开眼界。也是对以前所学知识的一个初审吧!这次实训对于我以后学习、找工作也真是受益菲浅，在短短的两周中相信这些宝贵的经验会成为我今后成功的重要的基石。作为一名大二的学生，经过差不多两年的在校学习，对网络有了理性的认识和理解。在校期间，一直忙于理论……为保护作者权益，此处省略，需要浏览全文请注册或登录…………基本的问题。对于自己这样一个即将步入社会的人来说，需要学习的东西很多，他们就是最好的老师，正所谓“三人行，有我师”，我们可以向他们学习很多知识、道理。突然想起鲁迅先生的一句话：这里本来没有路，只是走的人多了，也便成了路。生活的路呢?生活的路也是人走出来的，每个人一生总要去很多陌生的地方，然后熟悉，而接着又要启程去另一个陌生的地方。在不久就要踏上人生另一旅程的时候，有时不免会感到有些茫然，感到无助，但生活的路谁都无法预设，只能一步一步摸索，但只要方向正确，不要走入歧途，走哪条路都走向光明。

**网络营销实训总结篇十**

这次我们进行了三天的实训，这次的实训分为两个模块，分别是网络推广与信息采集。

首先老师让我们自已选择感兴趣的一块进行操作，我先开始是准备选择网络推广那一块的，因为我觉得现在学着做一下这方面的推广也好，我发现现在许多岗位都是招网络推广员的，对于以后出去找工作什么的可能会有一定的帮助。

想是这么想，但最后，我还是选了信息采集这块，之所以与我先前想的不同，那是因为我觉得网络推广还是不太适合我，做网络推广的最重要是要求软文要写的好，到一些论坛，或是博客里面写文章，发贴，但我文笔不行，写出来的东西也就没什么吸引力，估计看的人也不多，这就是我为什么选择是信息采集的原因了。

与网络推广相比，信息采集就相对的要容易一点了，但也还是要花时间，心思去找资料的。

我们信息采集组的工作目标：负责整理收集农产品生产、经营企业相关信息，为后续服务打好基础，以下就是具体要做的内容：

2、搜集湖南省内食品行业企业信息，包括企业成立时间、企业名称、法人代表、经营范围、企业简介、企业文化、联系人和方式等，每人搜集50条，并汇总。

第一天就做第一个题目，第二天就做第二个，然后第三天就进行分类汇总，把资料整理好后直接交给老师。

刚开始做第一个题目时觉得还好，就是那个专业合作社有点难找，其它的都没什么问题，这第二个题目就显得有点烦琐了，要找的实在是太多了，在网上找资料照道理应该不是很难，但就是有时候找到公司后，那介绍里面什么都没有，这就又得找下一个，在找的那些公司中没有几个是资料很齐全的。加上这几天网速又挺慢的，所以就显得挺麻烦的。把那些公司的资料找到后，就用excel做个表格把它整理好。

在这个实训当中，我了解了什么是龙头企业、专业合作社、行业协会这个概念，以及评选时有什么章程，也对于我们湖南的一些企业有了一定的了解，特别是湘潭那边的，因为我们是分了地区的，这样是方便大家进行查找，我主要找的是湘潭地区的一些公司的资料。

总的来说做这个采集的就是要有耐心，有毅力，心细，其本上就没什么问题了，还有一点就是要能够很好的使用搜索引擎，使用搜索引擎是有很多技巧的，不是我们平常所认为的，什么人都会用，都能用，我们都想知道，为什么有的人就能够准确的找到他想要的信息，而有的却怎么也找不到，这就是关键点了，输入的关键字不同，它显示出来的结果就截然不同。所以说这步是非常重要的哦。

**网络营销实训总结篇十一**

我带着好奇的心来到这里，天真的认为外面是会很好的。出来之后就才知道社会是那么的现实的。来这里我学的是网络营销我认为自己是可以的。

“网络推广”这个时代新词对于我们90后来说并不陌生，但是具体的定义对于我个人来说还是一片茫然。这次难得公司有培训，我是带着一份求知加好奇的心情来学习的。虽然就短短的一个月，让我感受良多。在这里和大家晒晒我的收获，同时也希望有兴趣的同伴也加入网络推广大军来。

学习这门技术，掌握网络基础知识是首要的。像京东、淘宝这些知名网站对于网民来说都是很熟悉的网站，但是有多少人了解过这些网站的性质。是属于btob，btoc，ctoc还是btot我想很多人还没深入了解过。

络推广其实就是学习一种推广思路，大体的模式就是：寻找我们的用户群——寻找他们的活动网站—找到适合的推广方法。这就需要先收集大量的网络资源，学会使用推广工具。这里我和大家例举几种新手络推广常用的工具。像qq群，邮箱资源，论坛资源，博客，微薄，友情链接平台和问答系统，这些都是常用的推广工具资源。其中微薄是最新兴的网络推广方式，也是很有潜力的资源挖掘工具。有些人就会发现有的“草根”微薄收听的人数也很可观，这里就向大家简单介绍下初期提升收听人数的秘诀：刚开始的时候，老师教我们先发表“互听大队”的话题，主动收听“互听大队”的人，收听多了，人数很快就会飙升了。当人数达到一定程度，就可以取消收听未回听的听众，再给自己定位各吸引人的主题，请听众比较多的用户进行转播。这个方式看似简单但是管用，不到两天，我的人数就上千了哦。

注册论坛发帖也是推广网站的一种方式。这种方式需要很强的执行力，刚开始发帖，亲身体验过的人都会觉得有些枯燥，但是这类似于“扎马步”，是必不可少的过程。一分耕耘，一分收获。帖子发多了，也给网站带来了大量的访问量，访问量一高，质量就出来了，量变引起质变大概就是这个道理了。

络推广其实也是一种执行力的培养，是一种做事情的态度，这也体现了态度决定一切这句话的分量。

不仅如此，拥有了大量网络资源的同时，也丰富了我们的交友圈，增强了我们的社交能力，渐渐发觉，络推广不仅仅是学一种技术，也是对我们全身心发展的一种锻炼。

我认为李强老师有一句话是说的。非常的好，他是这样说的，“如https:///果你不学习，你的竞争对手正在学习。所以我们就用心的去学习吧。

**网络营销实训总结篇十二**

时光如箭，岁月如梭，时间过得可真快，一转眼，一学期的《网络营销》课程结束了。可以说，这门课程在我们整个电子商务专业的学习过程中占据着不可或缺的地位。这门课程又名《企业网络推广》，是一门工具+理论+实战的结合课程，对我们学生来说，具有很好的学习作用，教会了我们学以致用。

网络营销（on—linemarketing或e—marketing）就是以国际互联网络为基础，利用数字化的信息和网络媒体的交互性来辅助营销目标实现的一种新型的市场营销方式。简单的说，网络营销就是以互联网为主要手段进行的，为达到一定营销目的的营销活动。网络营销产生于20世纪90年代，发展于20世纪末至今。网络营销产生和发展的背景主要有三个方面，即网络信息技术发展、消费者价值观改变、激烈的商业竞争。网络营销是以互联网络为媒体，以新的方式、方法和理念，通过一系列魅力网络营销策划，制定和实施营销活动，更有效的促成个人和组织交易活动实现的新型营销模式。它是企业整体营销战略的一个组成部分，是为实现企业总体或者部分经营目标所进行的，以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种网络营销活动。

这本书一共有十二个模块，以19个网络营销工作任务为主线，每个任务都有“任务导入”、“任务分析”、“知识与技能”、“任务实施”和“思考与操作”等模块组成，这样，老师便于授教，我们学习的时候也有一定的目标。网络营销工具主要集中在模块一、模块三~模块七，网络营销策略主要集中在模块八~模块十一;模块二介绍网络市场调查，最后一个模块介绍了网络营销策划书的制定方法。每个模块从简单的工具使用到策略展开运用，最后是网络营销活动的统筹规划，既独成体系，又层层深入，这样我们的学习也就是一个由浅到深的过程，能够更好的掌握书本上的知识，从而把理论知识转化到实践中去。

**网络营销实训总结篇十三**

不知不觉，两周的电子商务与网络营销实训已经圆满结束。回想在这两周的实训生活，虽然不用怎么上课，但其实工作量还挺大的。每天都对着一大堆电子商务和网络营销的资料，眼前不是百度就是google。因为毕竟我们不是专业学电子商务与网络营销，很多相关的只是还没有了解得很透彻，所以唯有借助网络去做进一步的了解。

在以前还没有接触电子商务，什么概念都不懂，现在就不同了，现在我已经对电子商务有了一定的了解。实训让我得以明白电子商务的本质，电子商务是指利用算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务（买卖）过程中的电子化、数字化和网络化。人们不再是面对面的、看着实实在在的货物、靠纸介质单据（包括现金）进行买卖交易。而是通过网络，通过网上琳琅满目的商品信息、完善的物流配送系统和方便安全的资金结算系统进行交易（买卖）。

这次实训的目的与要求，是让我们学生动手实验，使学生了解电子商务各模块的流程以及操作过程，并对电子商务的特点和应用领域有感性的认识。当中除了纯粹的电子商务与网络营销方块之外，还包含了网络店铺客服问题和第三方物流方面的知识。这次的实训内容其实很多，刚开始看起来觉得应该会很容易的，但是，实际做起来才知道不那么简单。尤其是在开网店这一部分，如果是一个人在弄，根本是做不好的，这也需要合作，这让我明白到，走入社会后不要什么都是一个人弄，与别人一起合作，你可以做的更好的。

通过这次的实训，让我知道，电子商务是伴随着网络信息技术的发展和计算机应用的普及而产生的一种新型的商务交易形式。这种新型的国际贸易方式以其特有的优势（成本低、易于参与、对需求反映迅速等），已被愈来愈多的国家及不同行业所接受和使用。这种新兴贸易方式对传统法律（无论是英美法系，还是大陆法系）关于合同的成立条件、合同有效性规范、支付方法、提单的转让等一系列法律法规和要求，提出了严肃的挑战。现行的法律法规已无法满足电子商务发展的需求，阻碍了电子商务的正常发展。因此，有必要为电子商务建立起一套必要的法律法规和共同遵守的商业规则，为电子商务的动作提供法律依据，以促进国际贸易更好的发展。虽然我知道的可能还不是很多，但这次实训给了我一个很好机会，让我知道很多知识，电子邮件服务、网上银行服务、电子钱包管理与使用、电子商务的三种模式：b2b、b2c、c2c，网上单证、edi模式、ca认证、电子合同和企业网站。在实训的过程中，有很多优秀认真的人，借此机会向他们学习外，更能看到别人为了目标所付出的心力，同学之间的激烈和刺激深深的震撼了自己。每一个同学在实训的过程中，都可以说遇到过挫折。尤其是有的时候操作得不到结果的时候，伴随而来的压力和毫无头绪的想法，常常令我苦恼，也正是因为这样，使我对自己的能力有更清楚的认识。我认识到了要学好电子商务，要注重理论和实践相结合，理论固然重要，但实训操作才能使我们更快的掌握这些知识。

虽然这次实训比较的辛苦，但通过这次实训，我接触到了很多新的东西，这些东西给我带来新的体验和新的体会。我懂得很多关于电子商务与网络营销方面的知识与实际操作，学校给我们这次实训的机会，从理论和操作这两方面融会我们的知识，为我们的学习和以后的工作铺掂了精彩的一幕。但我们要学的还有很多，要接触的还有很多，以后的路还很漫长，我相信我们会更加努力的，把握现在，有什么关于电子商务与网络营销不明白的还可以问陈老师。我们要为自己的未来而奋斗，我坚信，只要我用心去发掘，勇敢的尝试，一定会有更大的收获和启发，也许只有这样才能为自己以后的工作和生活积累更多的丰富的知识和宝贵的经验，我会慢慢成长、成熟，我相信不远的未来定会有属于我们自己一片美好的天空。我们会用我们学回来的知识闯出一片天！

**网络营销实训总结篇十四**

我于8月1日进入福州富昌维控电子科技有限公司实习，至今已经三个月时间。在这三个月里我主要负责网络营销一职，凭着在学院机房的练习、课程设计和参加各类技能竞赛的实践经验，我对实习中的专业知识学习很快就入了门，在学院老师悉心指导、实习基地指导老师的关心和帮助下；在自信、谨慎与勤奋的信条的督促下，我的实习工作得到了公司领导和同事的认可。

本次实习的主要目的是进行理论联系实际的全面训练，提高理论与实际知识运用能力，培养自身与工人结合，与发展结合，向实践学习，理论联系实际，科学严谨的工作作风。通过本次的实习，使我了解了要成为一名成功人士的艰辛，更体会了在生活中实践的重要性。本次实习更是我由一名学生转变到一个职业人的过程，对我完成毕业设计和实习报告起到了很重要的作用。

网站是开展网络营销最基本和常用的方法和手段之一，通过网站对企业、公司的产品和服务进行宣传和推广，能提升企业、公司形象，加大产品和服务的介绍和宣传力度，降低营销成本，提高营销效果。

在软件中通过内置的网站模板，向其中添加必要的营销要素，学习站点营销的营销方法和一般过程。

1、以网站帮助企业实现经营目标为网站建设目标：

营销型企业网站一定是为了满足企业的某些方面的网络营销功能，比如面向客户服务为主的企业网站营销功能，以销售为主的企业网站营销功能，以国际市场开发为主动企业网站营销功能，以上简单列举均是以实现企业的经营目标为核心，从而通过网站这样的工具来实现其网站营销的价值。

2、良好的搜索引擎表现：

企业网站另一个重要功能是网站推广功能，而搜索引擎是目前网民获取信息最重要的渠道，如果企业网站无法通过搜索引擎进行有效推广，那么这个企业网站从一定程度上来讲其营销性会大打折扣，所以营销型企业网站必然要解决企业网站的搜索引擎问题，也可以理解为搜索引擎优化的工作，在营销型企业网站解决方案中，搜索引擎优化工作为基础和长期的工作，从企业网站的策划阶段乃至从企业网络营销的战略规划阶段就已经开始，而其又贯穿于企业网站的整个运营过程。

3、良好的客户体验：

企业网站最终面对的潜在客户与客户或说与本公司业务有关联的任何组织和个人，如何提升企业网站的客户体验是营销型企业网站必须考虑的重要问题。

4、重视细节：

细节本也是客户体验中一个重要的元素，由于其的重要性所以我们单独将其作为营销型企业网站的一个因素，在营销型网站的流程制定、内容维护、网站管理等都需要体现出来细节问题。

5、网站监控与管理：

1、跨时空。 营销的最终目的是占有市场份额，由于互联网能够超越时间约束和空间限制进行信息交换，使得营销脱离时空限制进行交易变成可能，企业有了更多时间和更大的空间进行营销，可每周7天，每天24小时随时随地的提供全球性营销服务。

2、多媒体。互联网被设计成可以传输多种媒体的信息，如文字、声音、图像等信息，使得为达成交易进行的信息交换能以多种形式存在和交换，可以充分发挥营销人员的创造性和能动性。

3、交互式。互联网通过展示商品图像，商品信息资料库提供有关的查询，来实现供需互动与双向沟通。还可以进行产品测试与消费者满意调查等活动。互联网为产品联合设计、商品信息发布、以及各项技术服务提供最佳工具。

4、个性化。互联网上的促销是一对一的、理性的、消费者主导的、非强迫性的、循序渐进式的，而且是一种低成本与人性化的促销，避免推销员强势推销的干扰，并通过信息提供与交互式交谈，与消费者建立长期良好的关系。

5、成长性。互联网使用者数量快速成长并遍及全球，使用者多属年轻、中产阶级、高教育水准，由于这部分群体购买力强而且具有很强市场影响力，因此是一项极具开发潜力的市场渠道。

6、整合性。互联网上的营销可由商品信息至收款、售后服务一气呵成，因此也是一种全程的营销渠道。另一方面，刘禹含指出企业可以借助互联网将不同的传播营销活动进行统一设计规划和协调实施，以统一的传播资讯向消费者传达信息，避免不同传播中不一致性产生的消极影响。

7、超前性。互联网是一种功能最强大的营销工具，它同时兼具渠道、促销、电子交易、互动顾客服务、以及市场信息分析与提供的多种功能。它所具备的一对一营销能力，正是符合定制营销与直复营销的未来趋势。 8、高效性。计算机可储存大量的信息，代消费者查询，可传送的信息数量与精确度，远超过其他媒体，并能因应市场需求，及时更新产品或调整价格，因此能及时有效了解并满足顾客的需求。

9、经济性。通过互联网进行信息交换，代替以前的实物交换，一方面可以减少印刷与邮递成本，可以无店面销售，免交租金，节约水电与人工成本，另一方面可以减少由于迂回多次交换带来的损耗。

10、技术性。网络营销是建立在高技术作为支撑的互联网的基础上的，企业实施网络营销必须有一定的技术投入和技术支持，改变传统的组织形态，提升信息管理部门的功能，引进懂营销与计算机技术的复合型人才，未来才能具备市场的竞争优势。

1、免费发布信息。根据企业产品或服务的特性发布在相关类别，有时这种简单的方式也会取得意想不到的效果。

2、检索商品信息。互联网是一个信息的海洋，可以根据自己的需要查询所需要的信息，用互联网上的信息寻找潜在客户，然后，有针对性地向回应潜在客户或者合作对象的需求，主动向潜在客户介绍你的产品或服务。寻找商业信息的方式很多，既可以到网上信息平台寻找买方信息，也可以利用搜索引擎查询你的潜在客户。但在这里要特别提醒：不要向潜在客户滥发电子邮件，否则会严重影响你的企业形象。

3、网上拍卖。网上拍卖是电子商务领域比较成功的一种商业模式，国外一些知名网站已经取得了很好的经营业绩，在国内也已经有几家具有一定规模的网上拍卖网站。这种方式比较简单，不过网上拍卖的成交率和价格水平等评价指标现在还没有统计数据，而且拍卖经历的过程较长，最后的结果又具有较大的不可预测性。无论如何，作为一种全新的电子商务模式，值得做一些尝试，即使成交量不高，至少也可以达到一定的宣传效果。

4、加入专业经贸信息网和行业信息网。这种方式在某些方面类似于\"免费发布供求信息\"，行业信息网汇集了整个行业的资源，为供应商和客户了解行业信息提供了巨大方便，形成了一个网上虚拟的专业市场。如果你所在的行业已经建立了这样的专业信息网，加入行业信息网是网络营销必要手段，即使已经建立了自己的网站，仍有必要加入行业信息网。专 业信息网和行业信息网有时需要交纳一定的费用，只要可以带来潜在收益，这些投入也是值得的。

5、建立网上商店。即在\"网络营销常用方法\"一文中所讲的\"网上商店营销方法\"，由于这种营销方法可以和直接销售结合起来，并且费用低廉，操作简单，受到很多企业的欢迎，并且大部分企业获得了满意的效果。

6、开展市场调研。网络营销并不仅仅是产品推广和销售，市场调研也是网络营销的重要内容和基本职能，利用搜索引擎和一些专业网站的企业数据库资料开展基本的市场调研是很有价值的。除了上面介绍的主要无站点网络营销方法之外，还可以通过多种方式来达到传品宣传的目的，如赞助某些网站的活动或电子刊物的相关栏目、利用专业服务商或者合作伙伴的营销资源发布email广告等等。事实上，在建立了企业网站之后，这些无站点网络营销方法通常仍然是有效的，通过与网站相结合，往往可以发挥更好的效果。

在网站推广的方面很多企业还是做得很好的，在一些比较大型的网站里面都能看到他们的连接。网站推广的目的在于让尽可能多的潜在用户了解并访问网站，通过网站获得有关产品和服务等信息，为最终形成购买决策提供支持。网站推广需要借助于一定的网络工具和资源，常用的网站推广工具和资源包括搜索引擎、分类目录、电子邮件、网站链接、在线黄页和分类广告、电子书、免费软件、网络广告媒体、传统推广渠道等。所有的网站推广方法实际上都是对某种网站推广手段和工具的合理利用，因此制定和实施有效的网站推广方法的基础是对各种网站推广工具和资源的充分认识和合理应用。

在这三个月的实习过程中让我体会到了网络营销确实是以后社会必不可少的重要途径。让我了解到我们以后要想把营销工作做好就必须要先把网络营销学好。通过三个月短暂的网络营销的实习，学到了很多知识，平时都是在课堂上通过老师口头传授知识，有些知识会觉得比较抽象，考虑不会太周全，学到的实际知识不多 ，在实际操作中，我通过自己的摸索，通过这次实习，我认识到了要学好电子商务，理论固然重要；但实训操作才能使我们更快的掌握这些知识。

实习是辛苦的，有很多东西都不理解，只会理论的操作，因此都要我们自己去慢慢摸索，但是我接触到了很多新的东西。我坚信，只要我用心去发掘，勇敢的去尝试，一定会有收获和启发，也许只有这样才能为自己以后的工作和生活积累更多的丰富的知识和宝贵的经验，我会慢慢成长、成熟，我相信不远的未来定会有属于我们自己一片美好的天空。

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