# 《国际营销实务》考核方案（5篇）

来源：网络 作者：静水流深 更新时间：2024-08-21

*第一篇：《国际营销实务》考核方案《国际营销实务》考核方案时事链接：台湾塑化剂\*\*正愈演愈烈,截止5月30日,受牵连的厂家已经达到206家,可能受到污染的产品是522项。许多知名品牌的运动饮料、果汁等食品被查出遭到污染,而且可能销往其他国家...*

**第一篇：《国际营销实务》考核方案**

《国际营销实务》考核方案

时事链接：

台湾塑化剂\*\*正愈演愈烈,截止5月30日,受牵连的厂家已经达到206家,可能受到污染的产品是522项。许多知名品牌的运动饮料、果汁等食品被查出遭到污染,而且可能销往其他国家和地区。问题产品不仅涉及运动饮料、水果饮料、茶饮料,水果糖浆、儿童钙片、乳酸菌咀嚼片也被卷入其中。而且,由于连日来每天都有更多食品被检验出含有塑化剂,所以尚无法断定其影响范围究竟有多广。

一、命题

针对上述时事遭遇的尴尬局面从中选出一种产品（运动饮料、水果饮料、茶饮料,水果糖浆、儿童钙片、乳酸菌咀嚼片）设计并撰写营销策划书，并要注意在这种不良的市场气候下如何解决消费者的心理恐慌。

二、策划书的撰写要求

1、第一部分，应运用所学简明概要地说明进行国际营销调研活动的任务、目标和，必要时还应说明主要采用的营销战略。这是全部计划的搞要，它的目的是把营销计划的要点提出来，让决策者或执行人员快速阅读和了解，使最高层次的决策者或执行人员对策划的某一部分有疑问时，能通过翻阅该部分迅速了解细节，这部分内容不宜太长，以数百字为佳，所以有的广告策划书称这部分为执行摘要。

2、市场分析部分，一般包括四方面的内容：（1）企业经营情况分析；（2）产品分析；（3）、市场分析；（4）消费者研究；撰写时应根据产品分析的结果，说明广告产品自身所具备的特点和优点。再根据市场分析的情况，把广告产品与市场中各种同类商品进行比较，并指出消费者的爱好和偏向。如果有可能，也可提出广告产品的改进或开发建议。有的广告策划书称这部分为情况分析，简短地叙述广告主及广告产品的历史，对产品、消费者和竞争者进行评估。

3、营销策略的具体部分，一般应根据产品定位和市场研究结果，阐明策略的重点，说明用什么方法使产品在消费者心目中建立深刻的印象。用什么方法刺激消费者产生购买兴趣，用什么方法改变消费者的使用习惯，使消费者选购和使用产品。用什么方法扩大产品的销售对象范围。用什么方法使消费者形成新的购买习惯。有的策划书在这部分内容中增设促销活动计划，写明促销活动的目的、策略和设想。也有把促销活动计划作为单独文件分别处理的。

4、根据产品定位和市场研究来测算出针对的市场对象有多少人、多少户，列出有关人口的分析数据，概述潜在消费者的需求特征和心理特征、生活方式和消费方式等。

5、应确定目标市场，并说明选择此特定分布地区的理由。

撰写营销策划书一般要求简短。避免冗长。要简要、概述、分类，删除一切多余的文字，尽量避免再三再四地重复相同概念，力求简练、易读、易懂。不低于1500字。

三、评分标准

本次营销策划参照策划书的撰写要求，从五个方面分为五个等级分，每部分满分二十分，依次递减为十五分、十分、五分、零分，具体如下所示：

市场调研（20分）

产品设计及定位（20分）

营销策划及策略（20分）

方案的合理性及可行性（20分）

策划书的简洁性、严谨性、逻辑性（20分）

**第二篇：会议运营实务 考核方案**

《会议运营实务》实习考核方案

实习项目一

一、组织实施

结合教材第一、二章、五章，根据你所涉及的会议，初步掌握会议运营的筹备工作，能够拟定会议议程和日程，做好会议预算。

二、实习要求及考核标准：

1.针对某一会议，做好会议的前期筹备工作。（参与计划、组织、实施）（10分）

2.拟定的会议议程和日程要素要全。（10分）

3.用表格形式列出会议筹备中工作需要准备的资料。（10分）

4.预算计划要详细，并以表格形式列出。（10分）

实习项目二

一、组织实施

结合教材第三、四章，根据你所涉及的会议，初步掌握会中接待工作。

二、实习要求及考核标准：

1.针对某一会议，做好会中接待工作。（参与计划、组织、实施）（10分）

2.运用会中接待流程和基本方法，制订会中接待工作计划，要求内容完整、清晰。（10分）

3.了解突发事件处理的原则和注意事项。（10分）

实习项目三

一、组织实施

结合教材第六章，根据你所涉及的会议，做好会议评估和会后工作。

二、实习要求及考核标准：

1.针对某一会议，做好会议评估和会后工作。（参与计划、组织、实施）（10分）

2.撰写一篇会议评估报告，内容完整、格式清晰。（10分）

3.学会整理会议经费票据，做好会议结算，并以表格形式列出。（10分）

**第三篇：房地产营销实务策划方案封面**

张家口职业技术学院

《房地产营销实务》课程实训

课题名称：＿魅族公司营销策划方案＿ 指导教师：＿＿＿＿X X X＿＿＿＿＿专业班级：2024房地产经营与估价一班 姓名：＿＿XX＿＿＿＿＿

学号：＿ ＿1106331042＿ 日期：＿\_2013年11月＿＿

**第四篇：广成国际大酒店营销方案**

广城国际大酒店营销方案

根据目前酒店情况，首先树立“以市场为先导，以销售为龙头”的思想；为了更好的开展销售工作，制定营销方案、市场推广计划，并在工作中逐步实施。

一、形势分析

1、市场形势

a、2024年全县酒店，襄城宾馆、名士大酒店、龙源酒店、以及大浪淘沙党校迎宾馆、君豪迎宾馆等客房约1000余间，预计今年还会增加1~2个酒店相继开业。

b、竞争形势会相当激烈，“僧多粥少”的现象不会有明显改善，削价竞争仍会持续。

c、今年与本店竞争团队市场的酒店有：襄城宾馆、党校迎宾馆、君豪迎宾馆等。

d、与本店竞争散客市场的有：东方之都商务会所、名士大酒店、大浪淘沙等。e、预测：新酒店相继开业团队竞争更加激烈；散客市场仍保持平衡；会议市场潜力很大。

2、竞争优、劣势

a、广城酒店地理位置好、有较大的停车场方便停车。

b、广城酒店知名度高、客房餐饮、会务设施全。

c、客房设施配备还有待提高。

d、员工定时要有专业技能培训。

二、市场定位

作为县内高档酒店，充分发挥酒店地理位置优势，餐饮、会务设施优势，瞄准高层次消费群体：（1）政府机构（2）事业单位（3）各大公司（4）各型会议。

1、客源市场分为：

a、团队-------舒莱、浩邦、精美鞋业、009、财政局、公路局b、散客--------城区及周边地区（平顶山、许昌、郑州）c、会议-------政府各职能部门、事业机构及商务公司

2、销售季节划分

a、旺季：1、2、3、4、5、10、11、12月份(其中黄金周月份：10、2、5，三个月)

b、平季：

7、8月份

c、淡季：

6、9月份

3、酒店推出特价房（10~20间）让客人有一种疯抢的状态，同时具有拉客源效应。

三、不同季节营销

根据淡旺季不同月份、各黄金周制定不同的价格，月度完成任务及各月份工作重点。

1、旺季：1、2、3、4、5、10、11、12月份

\*2024年1月份工作重点：

a、加强对春节市场调查，制定春节促销方案和春节团、散预订。b、逐步实施年夜饭以及情人节活动准备调整房价配备礼物。

c、加强商务促销和协议签订。

d、加强婚宴、会务促销，陌拜三到四家企业。

\*2024年3月份：

a、加强会务、商务客人促销陌拜三到四家企业。

b、加强婚宴促销，与各大婚庆公司签署协议。

c、“五一”黄金周--------客房销售3月中下旬完成促销及接待方案。

\*2024年4月份：

a、加强会务、商务客人促销，陌拜三到四家企业。

b、加强婚宴促销，与各大婚庆公司签署协议。

c、加强对五一节市场调查，制定五一节促销方案和五一节团、散预订。d、制定“母亲节”活动方案并促销；母亲节------以“献给母亲的爱”为主题进行餐、房组合销售。

\*2024年11月、12月份：

a、加强对春节市场调查，做好相对应的策略。

b、通过陌拜，与政府部门多多沟通让广城作为定点招待。

c、当月婚宴、订货会较多做好人员分配，确保一对一服务，增加回头客。d、制定圣诞节、年夜饭、情人节企划方案。

e、通过预约补签将要过期的协议。

其中黄金周月份：10、2、5，三个月

\*2024年10月:本月工作重点：

a、同餐饮部拟定圣诞节促销方案。圣诞节----圣诞大餐。10月上旬餐饮部、销售部完成制作圣诞菜单、广告宣传促销及抽奖游戏设计方案及环境布置方案，各项工作逐步开展。

b、春节--------客房、家宴或年夜饭-------元宵节--------情人节

1、餐饮部10月下旬完成制作方案。

2、销售部、餐饮部10月下旬完成广告宣传促销方案及环境布置方案，由于春节、元宵节、情人节时间相近，可贯穿起来。

\*2024年2月份本月工作重点：

a、房价上调、客房配备具有留念意义的物品，迎接情人节。

b、加强婚宴、会务、商务客人促销，陌拜三到四家企业。

c、推出本店情侣套餐。

\*2024年5月份本月工作重点：

a、加强对六月份市场调查，六一儿童节------以“享受亲情、欢乐无限”为主题推出儿童欢乐节进行餐、娱乐组合销售。制定父亲节-------以“父亲也需要关怀” 为主题进行餐、房组合销售。（六月第三个星期天）

b、加强“六一”儿童节、父亲节活动促销。

平季：

7、8月份

\*2024年7月，2024年8月各月工作重点：

七月份：

a、加强署期师生活动促销，加强商务散客促销。

b、制定“学生谢师宴”方案、中秋节活动方案和促销-------7月中旬餐饮部完成菜谱方案、销售部完成广告宣传促销方案、各项工作逐步开展。

c、中秋节----------月饼促销，7月中下旬餐饮部完成制作方案、销售部完成广告宣传促销方案、各项工作逐步开展。

八月份：

a、加强署期师生活动促销。加强“学生谢师宴”促销。

b、加强商务散客促销，制定出9月份团、散用房与月饼奖励促销方案。c、国庆节客房、节后婚宴-------8月下旬餐饮部完成制作圣诞菜单方案，餐饮、销售部完成接待及促销方案。

淡季：

6、9月份

\*2024年6月，2024年9月：各月工作重点：

六月份：

a、加强学生们对高考结束后的放松。

b、加强师生宴促销。

c、加强商务促销。

\*九月份：

a、拜访企事业单位加强会务促销。

b、针对各大品牌订货会陌拜加强商务促销。

c、加强对国庆节市场调查，制定国庆节促销方案和国庆节的团、散预订。

d、制定“圣诞”活动方案。

**第五篇：颐和国际商务会所营销方案**

颐和国际商务会所营销方案

2024-12-17 12:11:51|分类：|标签： |字号大中小 订阅

一、会所的经营理念。（酒店式的管理，KTV的服务。）

二、会所的服务理念。（跟踪式服务：体现我们会所的高档，让顾客感觉自己就是上帝，当然顾客感觉不

便，特殊情况特殊处理。）

三、核心竞争力。（也就是我们会所与别的会所的区别，我们会所的特点）

四、硬件设施的完备，专业服务的培训。（因为自面试哪天只给我两天时间来做这个方案，所以时间有些仓促，来不及更深入的去观察会所的整体状况和切身体验，所以没有准备这块的具体方案，但是我有很丰

厚的管理、培训和营销经验，只要给点时间我可以做的更具体更完善，望见谅。）

五、会所的氛围，也就是会所能带给客人什么气氛，是静雅，还是热闹，这一点非常关键，一个店是什么样的氛围就会带来什么样的客人，这就要针对我们的消费群体，是高级消费群体还是中低消费群体，还关键着客人的多少，直接关键着会所以后的月营业额。当然这取决与领导的决定和会所所有员工的不断努力。（好的氛围的取决条件：环境、背景音乐、配套设施、服务态度、服务项目、消费群体、客流量等、、、）

六、套餐。经过我在娱乐行业两年的营销管理来看，套餐是必不可少的，因为套餐能促使消费，诱导消费。VIP、会员卡、积分卡也是必不可少的，卡和套餐的内容我不能确定，因为我不了解会所的每月开支和硬件维护的资金是多少，还有会所每月的月赢利目标是多少所以我不能确定，但是我基本可以确定几个卡的套系！（说明：因为以上原因不能做出更具体的套餐和卡的具体项目，但是开业之前可以做一定数量的体验卡，开业之后可以做一个月的试营业，试营业期间必须保证会所不亏损的前提下适当的做一些优惠的套餐

以此来拉取客流量和扩大我们的客源和口碑宣传。）

七、软硬件设施完备、服务达标、服务项目的确定之后最重要的就是“宣传”。

1、媒体。

2、网络。

3、车视TV。

4、分众传媒\*\*\*。

5、标语、广告牌。

6、口碑宣传。

7、活动、交友。

8、移动短信。

以上宣传方式可以根据会所经济状况进行选择。选择最有效的宣传方式。但是根据我在颐和国际客服部的调查我们那座大厦大概有300~400家大中小型的公司，不说别的宣传只要能拉取这300~400家公司中，每个公司中的一个客户我们的营业额也有所保证了，拉取这些客户就需要经理级以上的领导而且有能力、有魅力、有说服力、亲和力的去亲自登门拜访！（还有打个比方：就是本大厦所有员工到会所消费一律8折，夫妻消费在8折上再9折。当然没有必要用打折，而是可以直接写出我们的消费帐单，这样可以让客

户一目了然，通过口碑宣传也可以吸引本大厦以外的客户！）

因为时间仓促，没有准备的更完善，这份初步的方案是为了向领导证明我的营销管理能力，如果有机会合作，我再整理一份更完善更具体的方案！因为我本身对我们会所还不是很了解，就只是在会所走了一圈！

仓促之举望见谅！

李俊逸08/12/17

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找