# 市场营销实训报告

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2024-09-10

*第一篇：市场营销实训报告当今是社会经济社会，每一行业都需要对口知识与技能，实际上是要求我们在掌握知识之余，还要求我们有经验上的积累。但由于条件所限，学院现在只能通过虚拟网络市场为我们提供“实训”的机会，让我们有亲身感受的时机。事实表明，虚...*

**第一篇：市场营销实训报告**

当今是社会经济社会，每一行业都需要对口知识与技能，实际上是要求我们在掌握知识之余，还要求我们有经验上的积累。但由于条件所限，学院现在只能通过虚拟网络市场为我们提供“实训”的机会，让我们有亲身感受的时机。事实表明，虚拟网络市场更能让我们体会市场竞争的残酷。在实训中我学到了许多，有以下这些：

首先，创业就要注册一家企业，但注册企业的前提是需要资本的。注册什么样的企业，首先又要考虑市场需要，只有考虑市场需要才能规划企业，而考虑市场需要通过市场调查。通过市场分析市场的需要，确定企业性质、规划企业发展的方向，进而设计产品，设计产品的包装，最后生产产品、推销产品。

产品上市（推销产品）不是一个简单的过程。在产品上市之前还需要许多细分的工作，比如调查市场。要如何才能收集到可靠，准确的资料，我们又可以采取多向调查方法，比如：问卷调查，访谈，实察相结合等。调查了市场需求还不够，还要分析市场，确立消费者的喜好产品，认定企业产品的主流。只有生产的产品符合消费者普遍的要求，才可以将产品扩大生产。上市不是单一的生产，还要寻求销路。

生产产品也不是一个单一的过程，除了市场调查以外，还需要产品的设计，产品的包装，而这些又要成立设计部门，由部门根据市场分析的资料来设计一套符合顾客口味的“畅销品”。

创业是维艰的，一些烦锁的事情常常会缠着创业者。除了以上所提到的，远不止这些，企业还要通过社会广告来提高企业的形象，企业中还涉及到人员的招聘，人员的培训，财务核算，管理等许多事情，还有紧急对策，众多的问题来考验创业者。同行企业的冲击更是影响企业生存或发展的关键问题。

所以要创业、守业就要做到“人无我有，人有我优，人优我转”的理念才可以使企业在正常的环境发展下去。由于水平与精力有限，我节省了许多的细节，报告到此结束，有不足之处还望指点。

**第二篇：市场营销实训报告**

市场营销实训报告

市场营销实训总结

通过半个学期的实训课程学习，使我受益匪浅。在进行实训前，我万万没有想到要做一个完整点的商业计划书是那么困难，所要考虑的因素之多，是任何一堂课程都没有涉及到的。很感谢老师给我们这样学习的机会。在这个过程，我学会了认真地思考、如何与团队合作讨论、有了勇气上台发言、学会了做PPT等。

在没有学习市场营销这门课程时，我常听别人说市场营销就是做销售、卖东西。但学了市场营销知识之后，我才真正发现到市场营销的魅力，市场营销的强大。它并不是简简单单的销售东西，它是一场关于销售的策划，关于企业存亡的重要策略。通过实训课程的学习，我更深入地了解了书中的理论知识了，原来市场营销无时无刻不在我们身边。如一个新产品的面世到成为一个热门的产品，需要一场慎密的营销策划;企业在面临竞争对手时，应该采用什么应对策略等等都属于市场营销的范畴。

很幸运能上这门实训课程，因为从中我真的学到很多东西。

在进行实训分组时，老师就要求我们要男女组合，很幸运的是，我们很快就找到了三个男同学，三男五女刚好是八个人的最佳人数。一开始，我以为这实训课也会像别的实训课那么无聊，但是后来我发现有趣极了，同学们的兴趣很快就被一个项目选择的问题吸引住了。老师给了15个项目我们，但是好的项目必须要去争取，不然别人先交方案了就只剩下比较难做的项目了。在这过程中简直是一场头脑风暴，同学们的兴趣很快就被激发起来了。

在实训过程中，所做最多的工作还是与组里的成员进行讨论，每一次上完实训课后，我们都会聚在一起讨论。在这样的小组讨论中，每个成员都能学到很多东西，至少可以分享到其他七个人的想法，讨论真的是一个很好的学习方法，这样比只在课堂上听老师讲课有益多了。为了获得更多对项目的认识，我们通常都会在网上搜集资料，然后对资料进行分析，取对我们有用的作为我们的参考资料。在搜集资料的过程中，我们自然就会学习到很多课外的东西，特别是一些经典的案例，可以很好地帮助我们理解书上的理论知识。

第二部分的实训内容是做一个完整的商业计划书，老师也是很理解学生的能力，知道如果要学生一下子做一个完整的商业计划书是肯定做不好的，所以他把实训内容详细地分为七个部分，让同学们一步一步认真细致地完成每一个实训。每做一个实训内容，我们组成员就讨论一次，然后查资料，做好PPT,准备上台作报告。每个小组都认真得很，有些小组的演讲内容和PPT都做得很别有心裁，创新度也很高，我们从中也学了不少东西。在这些多的实训中，我做过两次PPT的汇报工作，一次是有备上台，一次是临场发挥，有准备的报告效果是与没有准备的好很多，有准备的心理也踏实多了。这也让我明白，不打无准备之战，机会是留给有准备的人的。

为期半个学期的实训课程结束了，很想念大家一起讨论的时光，喜欢每个人之间的思想碰撞，迸发出智慧的光芒，我让我认识到我们班里的同学是那么聪明，那么可爱，期待以后的实训课都能如此精彩。

市场营销实训心得体会

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!

**第三篇：市场营销实训报告**

我是一名学习市场营销专业的xxx级的学生，在今年5月28很有幸到xx啤酒实习，成为一名实习业务员，经过培训合格后，我被派往泉州销售分公司，我从基层的访销员。

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，但我却不能接受放弃。

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，我所在的泉州，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。

在5月和6月份是啤酒竞争最为激烈的时间，因为都在抢占市场；我们xx也组织了大规模的铺货活动，比如把xx旗下纯生进行大的促销，并迅速的占领了优势市场，赢得了主动！

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纯生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，每相35元竞争是相当的激烈。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，在这一周的实习当中，我付出了很多的辛劳，同时也收获了硕果。相信这是我大学当中的一段美好经历。

**第四篇：市场营销实训报告**

市场营销实训报告

提要

一、实训的目的二、实训的内容

三、实训的感想

一、实训的目地

一般来说，学校的生活环境和社会的工作环境存在很大的差距，学校主要专注于培养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工作实践，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、协调能力和分析解决实际问题的工作能力。

通过对市场营销的学习，让我们增强感性认识，加深对市场营销基础知识的理解，掌握营销和营销手段，培养、锻炼我们综合运用所学的基础理论、基础技能和专业知识，初步具有营销能力，培养我们独立分析和解决实际问题的能力。通过学习，应达到如下要求：

1、树立现代市场营销观念，建立营销职业意识、学习用市场营销分析问题

2、熟悉营销过程，掌握营销策略和营销手段

3、培养我们热爱本职工作，关心集体的良好职业道德以及对工作认真负责的工作作风，培养我们合作精神，保护群众利益的社会公德

二、实训的内容

我们对市场营销有很好的认识。市场营销是与市场有关的人类活动。市场营销意味着市场打交道，为了满足客户的需要去实现潜在的交换。

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，有计划的组织企业的整体活动，通过交换，产品从生产者手中转向消费者手中，从实现企业营销目地。

市场营销的核心概念：市场营销涉及到其出发点，即满足客户需求还涉及到以何种产品来满足客户需求，如何才能满足消费者需求，即通过交换方式，产品在何时、何处交换，谁实现产品与消费的联系。可见，市场营销的核心概念应该包含需求机相关的需求，产品及相关的效应、价值和满足，交换及相关的交易和联系，市场、市场营销及市场营销者。

市场营销需要对销售产品的性能的很深入的了解，市场营销谈判时要能充分的运用所了解的产品知识并有系统的谈判计划，根据计划，我们在努力，认真完成任务。首先我们分析营销的环境，只有先分析好营销环境，才能制定好营销战略与策略。分析营销环境时，需要认真考虑，并请教同事给出相关的建议。环境分析完，我们也对这次确定的市场有了进一步的了解。接下来就是调研与预测，主要是问卷设计，接着根据问卷的填写意见，再进行问卷分析。问卷设计，主要是确定我们是否有市场，大家对于这样一个市场是否有兴趣。跟据被调查人的意见，可以完善我们的产品，也可以看清楚市场。面对回收的问卷，我们看到了很多诚恳的意见。然后我们制定了我们的目标市场并对其进行细分。这样才能更好的根据市场确定下一步。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，才能更好地把我们的产品推向市场。

三、实训的感想

市场营销专业在近几年是很热门的专业，这对于我们来说是很幸运的，但也向我们提出了更高的要求与挑战。这次的实习告诉我们什么叫做真正的市场营销，怎样才能做好市场营销，我们必须不断朝着这个方向努力，装备好自己，做一名成功的市场营销人员！！

实习在帮助应届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。通过实习，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。

**第五篇：市场营销实训报告**

市场营销实训报告

为期一周的《市场营销》实训结束了，在这一周中，我们主要做了大米、电风扇、手机的营销实训。

我们每个人在电脑上都虚拟了一家公司，一家自己的公司同时也拥有一定的资金。应用自己的公司和固有的资金，让公司运行起来。进行买卖产品，生产产品。每个公司有十次生产的机会，十次机会用完就不能生产，只能靠买卖来运行公司，挣得更大的利润，同学之间也可以互相买卖，同同学之间要想取得市场份额，就得使用策略，比如：价格策略等。目的是在每次试训中能够将自己在课堂上所学的应用于实际中。通过本次实训，有以下感触：

1）初次接触，啥都不懂只是盲目的让自己的公司运行下去，不管啥技巧，策略等，也没有弄懂每一步都是干啥的，做完这一步会对公司造成啥影响，是提高市场份额还是知名度，最后钱也花了产品也生产了要不是卖不出去，要不就是不能生产，最后就只有亏本，没挣一毛钱。

2）感觉不错，第一次经营公司，亏损了，但还是有收获。由于刚开始没有做好准备，盲目的进行操作，好些应该注意的都没能注意到，忽略了好多。以后应注意的是：提前做好准备，把一切该做的提前做好；有条理的去做，不能盲目去做；把平时所学，应用于实践中。有了自己的公司，平且让他盈利了，即使这不是自己真实的公司，但这也是成功的第一步，有了这次经历，相信自己以后有这个机会也不会犯那种低级错误，没有目的去做，这也让我知道了，在平时最是也要那样不能盲目的，只管去做，没有一点程序，步骤和方法。也要学以致用，学到的就应该用到生活中来，不然我们学的，那不是成白学的了，没有任何用，学习也失去了意义。

3）公司注册成功，首先应该做的是，选定一个区域，然后再这个区域做宣传，先打产品知名度，同时进行产品研发，技术的提高，提高产品档次，这样的话也能拓宽自己公司的生产界面，生产不同档次的产品，这样的话就能在每个档次进行销售，同时也提高了自己公司的市场份额。

4）其次是进行产品的生产，先确定你要生产哪一档次的产品，然后别急着进行生产，先了解你所在的区域，市场需求量如何，限量生产，因为你只有十次机会生产。再次是，进行区域定价，在进行区域定价前，先进性市场调查，了解超市和商场的最高进价价格是多少，然后进行区域定价，这样不至于把价格定高或者定低了，造成销不出去或者利润低。如果感觉，自己的公司在这个区域的销售还不错，这时你就可以去别的区域进行市场拓展，发展更宽的市场，占领更多的市场份额，方法和步骤，和以前的一样。同学之间进行交易时，要注意从别人那块买产品，价格不能低于你在区域定价里面定的价格，如果竞争激烈的话，你可以进行适当的价格调整。卖出价格可以适当低一点，自己要比生产价格高就可以了，因为市场竞争比较激烈，只要不给自己造成亏损就可以了。

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

物流101班 龙之江 16号

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