

# 最新市场营销毕业实践总结优质(十三篇)

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/5c0291bd34d5af057cf2540ca1e1c3fa.html>

## 范文网，为你加油喝彩！

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

### 市场营销毕业实践总结篇一

第一天我们在老师的指导下选取并确定了调研主题——苏州大学生旅游状况调查，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。在选取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好处，而且我们根本不清楚自己的调研目的。之后经过组员群众商议讨论，决定以苏州大学生旅游状况调查。我们是把自己定位为一家旅行社，透过调查大学生关于旅行的状况，从而想办法将自己推销出去，以获取最后的利润。这个想法最后获得了老师的认同，之后我们大家在一齐讨论了问卷的题目，题目的选取也是很有讲究的。问题不宜过多，是15至20个，而且采用封闭式为主，多项选取题后应标注清楚。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，但也是能够理解的，他们没有义务帮忙我们。虽然被拒绝但我们还是会很有礼貌地对他们说声谢谢。因为营销者必须要学会微笑，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忙我们。在那些好心人的帮忙下，我们顺利地完成了调研任务。

透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必须要对

自己说过的话负职责，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，个性是那些多选题，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齐对数据进行了分析，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，还有人查找推荐。

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用心参与，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，每一次都能够透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潜力。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十分必要的。我们要重视对于营销的实践，总结经验，不断地提高自己。透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理解，但透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潜力。

## 市场营销毕业实践总结篇二

经过了两年多的在校学习，我初步掌握了市场营销专业的基础知识和基本专业技能，这个科目是一个很广的学科，所涉及的内容博大精深，在这短短的两年多时间里是无法完全领会的。尽管如此，我们所学的这些东西却是踏上工作岗位不可或缺的基石，这要求我们不仅需要扎实的理论知识还需要实际操作能力，用所学的知识来解决现实工作上的问题，把理论付诸于实习，真正掌握市场营销手段在生活中的重大作用。这样的转化是个艰巨又漫长的过程，因此我们需要一个可以真正操作的平台，而走出校门到社会上实习这样的方式就是我们所必须做的。这不仅能让我们学有所用把课本知识转化为专业技能，还可以为我们毕业走向社会做好准备。

我从xx年11月16日走进了xxxx保险股份有限公司福建分公司连锁营销服务部当一门连锁店客服专员。xxxx保险股份有限公司是经中国人民银行批准，于19xx年10月18日正式创立的一家专业性保险公司，总部设于深圳，主要经营各种财产险、责任险、信用保证险、农业险、意外伤害险和短期健康险业务。华安保险自成立以来，始终将国家利益放在首位，以社会责任感和客户利益为重，凭借不断创新的精神及专业开发优势，开拓进取，奋力拼搏，在取得良好自身经营业绩同时，致力于探索中国保险业的发展道路，并做出了积极的贡献，赢得了公众的信赖和支持。截至xx年

，华安保险经中国保险监督管理委员会批准，已开设北京、上海、深圳、广东、湖南、福建等25家分公司和300余家下设机构。

我应聘的是连锁店的客服专员，前两个月分别在广州和福州进行专业技能的培训和上岗实习。第一个月在广州培训的内容主要以理论为主，全围绕连锁店的运营开展工作技能培训。主要有保险基础知识、企业文化、客服技能、商务礼仪等知识，并聘请专业的培训公司给我们讲团队合作和人员管理，使我们在短时间内从一个完全不懂保险的学生迅速成为一个即将成为保险行业的专业人士。第二个月回到福州进行第二轮的培训，此次主要以上岗实操为主要内容。就是把前一个月所有理论知识应用到实际工作中，通过公司老员工的协助和带领，我们初步掌握了所有的工作技能，并通过下门店实习巩固所学技能。

在福州学习了两个月后，由于泉州支公司急需人又加上我是泉州本地人的，于是我被调到泉州临时做金融理财险。理财险是公司除连锁店以外又一项重要部分，在全国都做得非常好，就唯独福建做得很差，全国排名倒数第二，这次泉州就是要加大力度进行全面打开市场。我们就是在这种局势下以一步一步去拓展市场，主要工作内容就是，去市区各个农业银行网点和工商银行网点，通过与行长主任打通关系，给柜员做知识培训打开销售渠道，接着通过驻点的形式进行渠道维护，并在盈余时间自己推销产品。功夫不负有心人，我们几个人就从年前的零市场到一个月后的百万业绩。可以说，我们在这当中付出的努力是无法说清的，锻炼的价值也是无法估量的。在泉州这短短的三四个月，我不仅仅学到了熟练的开车技术，还学到了如何面对银行行长、主任等比较有身份的人，怎样去应付比我们有资历的长辈，怎样去打通各个渠道并进行长期维护，还有怎么样去营销产品、应付客户等。

积极性：后者虽符合企业的意愿却忽视员工多元化的需求，员工很少有机会参与福利计划的制订，无法表达真实需求，而这都是今后企业需要改进的。

时间过得真快，来这个公司已经6个多月了，回味这几个月时光心生许多感慨，上班族真是不容易啊！从衣食无忧的学生族突然变成为自己生计操劳奔波的上班族，这种转型来得很突然，刚开始都会手足无措。很怀念学生时代无忧无虑的日子，现在上班了什么事都要自己来做还要经常背负许多压力。出来上班这么久学的东西真的挺多，这些都是在学校无法尝试到的。同时也发现，出了校门自己还很幼稚很无知，经历了许多挫折和打击才深深体会到这些。这半年的一切实习经历都是一笔很宝贵的财富，我希望这些能给我经验和教训，在接下去时间里更加努力去学习去探索，让自己对毕业后的生活掌控得游刃有余。

时间过得真快，来这个公司已经6个多月了，回味这几个月时光心生许多感慨，上班族真是不容易啊！从衣食无忧的学生族突然变成为自己生计操劳奔波的上班族，这种转型来得很突然，刚开始都会手足无措。很怀念学生时代无忧无虑的日子，现在上班了什么事都要自己来做还要经常背负许多压力。出来上班这么久学的东西真的挺多，这些都是在学校无法尝试到的。同时也发现，出了校门自己还很幼稚很无知，经历了许多挫折和打击才深深体会到这些。这半年的一切实习经历都是一笔很宝贵的财富，我希望这些能给我经验和教训，在接下去时间里更加努力去学习去探索，让自己对毕业后的生活掌控得游刃有余。

### 市场营销毕业实践总结篇三

为了巩固在校所学的专业知识，更好地把所学的专业理论知识与实践紧密结合起来，理论为了以后从事营销工作打下坚实基础。学校为我们营销专业毕业生安排了5个月的专业实习。

我于20xx年x月xx日至20xx年x月x日在昆明市嘉年华食品有限公司实习。在实习中我从事营销活动，了解产品价格，分销、促销的全过程；深入产品价格、分销、促销的某一个具体环节，实习产品（商品）售前、售中和售后服务。

通过实习，我们得到了许多收获和体会，现总结如下：

首先，全面熟练地掌握所在企业的相关知识和产品知识充分了解目标顾客的情况，诱导顾客产生购买兴趣，描述产品给顾客带来的利益和好处的意境，刺激顾客购买欲望，了解市场的概况。其次在推销时，不做表面工作，认真对待每一位顾客，对每位顾客所有提的问题都一一作答。始终牢记一个宗旨——顾客就是上帝。同时，我还了解到消费者在购买时的心理行为：

习惯型：长期认定购买某一种或几种品牌，消费习惯固定，购买时目标明确，不轻易调换品牌

理智型：购买时经过深思熟虑不轻易做出决定，一旦决定就不后悔

冲动型：容易接受产品外观包装，广告和推销的景知向，购买时对周围之群的反应很敏感，决定轻率，易于动摇和后悔

实用型：追求价廉物美，经济实用，特别重视价格，并由此获的心理上的满足

情感型：追求产品的情感效应，特别重视产品的象征意义，联想力较强。

不定型：年轻的、才开始独立购物的消费者，要追求新事物，容易接受新产品。

根据以上几中类型，我们就可以了解消费者是属于哪种类型的，然后针对性地开展促销活动。在做针对性的促销时要注意自己的态度，说话的方式，在介绍一个新产品时，要说清楚它的味道，价格，性质等等，其次，在推销时应实事求是，掌握分寸不要说自己企业的坏话，用事实说话不轻易许诺，说到做到，不要过分热情，不要刻意掩饰产品的不足，也不虚吹自己产品很好，在顾客已经购买的物品，有多差，要巧妙应用口语，让顾客在下次购买同样的产品时选择我们的产品，还不要刻意掩饰产品的不足，公正地对待竞争，成为产品的专家。

一般来说，如果顾客对推销产品没有产生购买欲望不强的话，推销员就是把推销品吹得天花乱坠，也不能说服顾客购买推销品，顾客之所以会买推销品，其主要原因是推销品，确实能满足顾客的某种需要，并且推销员确实刺激了顾客的购买欲望，顾客的购买欲望与顾客的兴趣不是一回事，购买兴趣是顾客对推销品的欲望和要求，因此，刺激顾客购买欲望的方法当然有另外诱导顾客兴趣的方法，推销员即使够非常令人信服地作了产品介绍和推销演示。

那仅仅是诱导了顾客对推销品的兴趣，而对顾客够买欲望的刺激，只靠产品介绍和演示是不够的，推销员要想刺激顾客的购买欲望，就必须巧妙的向顾客说明，他在购买推销产品以后将感到称心如意，并从中分享乐趣，得到好处，同时，顾客的购买欲望是因人而异的，千万不要对一切顾客都使用千篇一律的同种方式，刺激顾客购买欲望的一般技术原理是：在产品介绍和演示的基础上把顾客需求与产品所具备的特性结合起来，阐述顾客购买产品后将得到的利益和乐趣，一般来说，顾客的购买决定是很难预测的，顾客经常在作出购买决定的瞬间会突然变的犹豫起来，静心想一想又对自己一闪而出的念头表示出怀疑。

面对顾客的异议时，正确认识顾客的异议，保持正确的态度。顾客提出异议并不可怕，重要的是

能否对顾客提出意义的异议给予满意的答案，使顾客感但推销员的重视其意见，对解决异议有诚意，一防为主，坚持准备训练，答复之前认真辩析顾客异议。选择恰当时机做出解答。

## 市场营销毕业实践总结篇四

尊敬的老师：

我是xx学校xx专业的20xx届毕业生。今年xx月份，我有幸被xx啤酒集团录用，成为一名实习业务员，经过培训合格后，我进入了河南xx啤酒销售总公司；于是我被派往xx的x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x市场是xx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20xx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3月和4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旗下的新一代，小麦啤酒等进行大的促销，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xx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，xx元/箱；维雪20带3，xx元/箱；雪花10带2，xx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xx买断了大部分饭店，但也付出了沉重的代价，花费了将近xx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——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！

感谢当初录用我的集团人力资源总部的x部长和x部长，同时再次感谢营销部长xx先生对我营销知识的指导和教诲！

感谢销售总公司xx副总对我的关心，感谢主管x经理对我的培养，感谢x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！

汇报人：xx

时间：xx年xxxx日

## 市场营销毕业实践总结篇五

1、实习单位生产经营的总体情况。迪信通是全国最大手机专业连锁企业,1993年创立于北京，经过十几年的创业与发展，目前已经发展成为覆盖华北、华东、华中、华南和西北、东北、西南等地区，拥有800多个连锁直营店。1999年迪信通开始了全国连锁的经营模式，并率先提出了“大卖场”。年销售手机500万部,年销售额50多亿元。在短短的三年时间内，迪信通的店面已经基本覆盖全国省会城市，并且所到之去都刮起一阵价格与促销的旋风。如今，迪信通作为唯一一家真正意义上的手机专业连锁企业，产品、相关配件一应俱全，而且在手机功能应用上也取得了不错的成绩。高明迪信通是佛山分公司开的分店，在每个月初分公司就会根据地区的实际情况制定出该月的计划完成销售量和计划达到的毛利，以及规定出积压手机。在由分公司制定这些任务之后，我们店在月初时就会相应给员工分配工作任务，在分配工作时会运用到“萝卜与大棒”的激励方法。比如：这个月的积压机是moto的w208、c261、l71和联想的e320、e303、v350。一共有15台，平均每个营业员要卖出3台，卖出一台当晚结算就有15元现返，到发工资时就每台奖金3元，一个月下来没卖出的话每台就扣3元，这个月每个营业员的任务是20台达到毛利3000元，意思是在这个月营业员卖出的手机要有20台而且毛利要达到3000元，在工资提成中才有每台机8元，如果达不到就每台2元。这是一个不错的管理方法。

2、实习单位的市场营销策略。企业要想组织起有效的市场营销活动就要制定合理的市场营销策略，在这里我主要是用4p(产品、定价、渠道、促销)来分析我所在的实习单位的市场营销策略。

(1)、产品组合策略。产品是指能提供给市场，用于满足人们某种欲望和需要的任何事物，包括实物、服务、场所、组织、观察、主意等。在消费者要买你的手机时他不单单是要手机这个物品，手机的主要作用是打电话，而科技日新月异现在手机不只停留在打电话了，还考虑到其它的附加功能，有没有mp3、mp4、像素多大、可不可以上网、有没有内存卡、支不支持蓝牙、红外、是不是智能手机、音质、画质是否清晰……所以消费者还会考虑到手机的配置，有多少块电池、几个充电器、有没有耳塞、数据线、有没有送蓝牙耳机……现代消费者都是精明的消费者在买产品时他们都会关心到售后服务这个问题上,这是产品的一个保证每次顾客问到这个时，我们都会说“我们这里都是严格执行国家规定的三包政策：7天包退换，15天包换，一年保修，全国联保，在一年两次检测仍有问题，还不能正常使用，凭第三次的检测报告单可以更换一台新的同一型号的手机。”产品组合策略包括以下几种： 、扩大产品组合。 、缩减产品组合、 、产品线延伸策略，包括向下延伸、向上延伸、双向延伸。 、产品线现代化决策。 、产品线号召决策。厂家在推出某一产品经过投入期、成长期、成熟期再到了衰退期或者在生命的某个周期出现竞争对手或者……厂家就会细分这个市场，比如：手机夏新m330就是m3与m300的结合版，nokia的5700就是3250与5300的结合版，这两款都是结合了其他两款的优点;很多手机都有划分高、中、低三个档次的，只有细分市场才能拥有更多的消费者。

(2)、定价策略。价格是市场营销组合是最复杂的一个因素，企业价格的确定要以需求为导向，以成本费用为基础，竞争价格为参照。迪信通是全国最大的手机连锁店，它与多个品牌手机厂家实现了全面直供，在进货价这个方面占了优势，所以价格都比同行的要低。在对产品定价时我们还要考虑多方面的因素，其中包括产品成本费用、竞争者定价、选择的定价方法等，在我们这店里我发现我们所用的定价方法都是“尾数定价法”很多价格都是以“8”或“9”结尾的。而且经过到竞争对手那里调查发现我们这里的价格普遍比他们的低。

(3)、渠道策略。经过多年的拼搏努力，创造的“迪信通”这一品牌已经成为具有相当知名度和美誉度的零售品牌。公司的销售渠道也已经从三尺柜台拓展到覆盖了中国二十五个省市近七十多个城市的八百余家零售店，取得了与运营商、厂商、代理商的巨大支持，在通信行业地位举足轻重，迪信通其下属的各地分公司都已在当地成为规模最大的手机零售商。与厂商、代理商保持着长期紧密的战略合作伙伴关系，是国内多个手机品牌的指定经销商和售后服务商。同时，迪信通公司凭借遍布全国的庞大零售网络资源优势，采取全国集团采购配送，与诺基亚、摩托罗拉等多个品牌的手机厂商实现了全面直供。迪信通还与电信运营商强强联手，合建营业厅，介入虚拟运营，是电信运营商的首选深度合作伙伴。公司与xx年与oracle合作开发了erp(企业资源计划)系统，该系统的成功上线，使企业即时就可获得任何一个零售点地销售数据，从而真正意义上实现了“知己”。

(4)、促销策略(实习单位的各种促销方法)。促销的基本方式可分为广告、人员推销、销售促进、公共关系、直复营销。

广告，在每半个月都会有宣传单回来，宣传单的设计是每个月都会有不同的宣传主题，宣传一些新品上市以及一些特价的手机，比如7月上旬的主题是“广东迪信通与国同庆香港回归十周年”；7月下旬的主题是“快乐假期 欢乐一夏”；8月上旬的主题是“送新生 一路温情相伴”。而在物业广场的门口放有一个免费取阅宣传单的架子和一些宣传海报而在物业广场的上面还有一个大大的迪信通的广告牌。

人员促销，在我们这种零售手机店里是最主要的环节。推销人员在向顾客推销手机时是非常讲求销售方法与技巧。首先顾客走进来时就要温柔地说“你好，欢迎光临迪信通！”要给顾客一种服务周到的感觉，这缘于我们公司的经营宗旨：“服务创造未来”。接着就要对顾客进行察言观色了解他的需求，选择合适的产品来向顾客介绍，并技巧地将产品的种种特性介绍人给顾客引起顾客的兴趣，在销售的过程中要让顾客觉得这次交易自己获得了利益、占了便宜、是值得的，要让顾客觉得是以朋友的形式为顾客着想。销售人员在与顾客接触过程中要判定顾客的类型，结合自己对产品的了解快速针对顾客的兴趣集中点，围绕一至两个兴趣集中点来展开销售，做到有的放矢。在发现了面前顾客的兴趣集中点后，可以重点示范给他们看，以证明你的产品可以解决他们的问题，适合他们的需求。但在示范的时候要注意，大部分顾客都不喜欢你占用他们过多的时间，所以有选择、有重点地示范产品还是很有必要的，在示范过程中，销售人员一定要做到动作训练、自然，给顾客留下利落、能干的印象，同时也会对自己驾驭产品产生信心。在做了一系列的努力去引发顾客的兴趣之后，下一步就是激发顾客的购买欲望。在这一阶段，总体来说是销售人员和顾客进行的是一场心理战。开动脑筋，迅速而准确地把握住顾客的心理，在适当的时机点破顾客的疑虑都是相当重要的。

公共关系，使企业在促销中塑造一个完美的自我。良好的企业及产品形象可以引起顾客的好感和兴趣，赢得公众的信任和支持，从而促进企业产品销售。今年广东省的文科状元严俏华花落高明一中，迪信通正是抓住这个机会，通过多个途径来联系她，免费送一台手机。以在公众心中塑造一个形象。

销售促进，是指企业运用各种短期诱因，鼓励购买或销售企业产品或服务的促销方式。它的范围比较广。有一次跟一位顾客的谈话中获知到中国移动的促销策略。她说她现在用的手机是在中国移动营业厅里一元购机买到的，当时我很惊讶表示怀疑。因为她用的那台机是nokia5300，我们这里的考核价是1500多元的，怎么可能一元可以买到呢？再看看她那台，是有中国移动的标志的，发现她那台机是中国移动跟nokia厂家订作的，主要功能都跟我们店里卖的一样的，但是即使是中国移动跟厂家订作的也不至于这么便宜。接着她告诉我，她是以1990元卖电话卡充话费再加上1元来获得这台机的，这电话里面现在有1990元话费，不过她要使用这张电话卡12年，现在这台机是归她本人所有的。我在想其实中国移动用的这种促销方法也是很有效的。我也有向店长提意过，搞一个买手机送话费的活动，但这个是需要公司拨款下来才可以搞的。

3、实习单位如何进行市场调查。在我进这间实习单位的第一个星期，在沧江路开了一家“亚太手机城”的分店叫“俊宁手机连锁店”，在开张之前就不停地搞宣传，不停地发宣传单，他们选择在星期六开张，开张的第一天人山人海，也搞了许多优惠活动，有本店自己搞的手机优惠，也有厂家过来支持搞的，第一天99元购机就吸引了不少人早早就来排长队，这就应了那句“人聚财聚，人散财亦散”。之后我也过去了好几次做调查，都感觉人流量好多，交易率也挺高，据一位在里面做的朋友说他第一个星期就有现返(一种工资方式，现金返回)160元。在做调查的过程中发现他们的手机价格都比我们门店的贵，而店面比我们的大，品种也比我们的多，店面的摆设比较光亮，产品宣传重点突出，而且“俊宁手机连锁店”所在的地理位置是一段主干道，是一条手机街，周围都开有比较大型的手机店，比如中国移动、中国联通、苏宁电器、亚太手机城……消费者要买手机首先想到的就应该是来这条街看看。而我们的门店位置也有好有坏，首先，它是在物业广场里面，物业广场在高明处于一个什么位置呢？物业广场处在文昌路这一条商业黄金地段，在文昌路里的都是中高档店面，“文昌路”和“物业广场”在整个高明来说都是比较出名的商业区，在高明人们的口中提到这两个词会想到“购物”和“消费”。而人流量比较多，但是迪信通是在物业广场，店面不是很大，少留意的人都不知道，少逛街的人都不知道在物业广场里面，这又跟迪信通在高明开业时间不长、品牌宣传力度还不够深入有关。

4、实习单位经营管理的经验和今后发展的设想。(1)、为了更好的服务客户和拓展业务，迪信通将电子商务与传统零售业结合起来，建立了自己的电子商务网站/，利用其覆盖广阔的物理优势，推出“四小时送货”制度，并与新浪、搜狐等大型门户网站合作，合作建立了网上商城。与此同时，迪信通的无线增值业务也迅速发展起来，覆盖了全国31个省市的接入服务，使之成为了国内最大的sp企业。从而增加了企业的盈利增长点，提高了企业的竞争力。

迪信通公司长期建立的会员俱乐部则保留了我们每一位客户的资料，至今已有近1000万的会员用户，针对他们定期进行回访，还提供了全国联保，免费保修的服务，同时还提供许多知识性、娱乐性的客户活动，以建立忠诚的客户群。在高明店里，每销售出一样物品，我们现在都会送出一张“锋尚卡”这张卡不仅可以保留客户的资料；还可以在我们店搞活动送礼品时通知客户来拿礼品；有促销优惠的时候通知客户；这张卡还不限于客户本人使用，可以借给客户朋友使用，客户的亲戚朋友来迪信通消费时这张卡同样可以有优惠和积分的作用。

(2)、本着服务创造未来的理念，本着顾客满意、员工满足的宗旨以及快速、热情的经营风格，迪信通为消费者提供了富有价值的数码通信产品，迅速成为供应商信赖的合作伙伴和市场推崇的分销企业。经过十年不懈的努力，现已发展成为全国最大的移动通信与数码产品连锁零售企业。时至今日，海纳百川的迪信通已接纳诸多从事通讯终端零售的企业加盟至旗下。风正劲，帆已张。胸怀大志，以促进人类信息沟通为己任的迪信通，宛如勇立潮头的一支联合舰队，在二十世纪里，正扬帆破浪，驶向新的航程。迪信通的经营理念：经营宗旨：服务创造未来 顾客满意 员工满足。经营风格：快速、热情。使命陈述：构筑经营与发展的平台，吸纳优秀人才，使公司

成为供应商信赖的合作伙伴，为消费者提供极具价值的产品与服务，实现公司的社会价值和财务目标。

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！

## 市场营销毕业实践总结篇六

我是一名学习市场营销专业的20\_\_\_届毕业生，在今年2月25日很有幸被xx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xx啤酒销售总公司；于是我被派往xx的xx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xx啤酒，餐饮渠道的xx啤酒，当然了还有其他品牌的啤酒，如xx啤酒，xx啤酒等等。

在3月和4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旗下的新一代，xx啤酒等进行大的促销，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xx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；xx20带3，28元/箱；xx10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xx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——xx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xx部长和xx部长，同时再次感谢营销部长xx先生对我营销知识的指导和教诲！

感谢销售总公司xx副总对我的关心，感谢主管xx经理对我的培养，感谢xx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！

## 市场营销毕业实践总结篇七

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！

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理解，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！自从开始实习后便开始选择适合的题目，想了一天后决定选择……对此有一些心得和总结：

在营销工作中做好时间管理是很重要的。我的日常工作是在办公室进行的，必须珍惜时间，讲究效率，在每一个单元时间内，办尽可能多的事，充分利用每一分钟。

时间这种资源公平地分给每一个人，但各人在相同时间里所产生的效益是不同的，这就要求我们有意识地利用时间，那么怎样才能有效地利用时间呢？首先，树立科学时间管理的概念。其次，工作有计划，有重点，既要总结当天的工作，又要提前一天安排好第二天的计划，有日计划、周计划、月计划，办公桌上备有工作日记，把重要的事情记录在本子上，办公物品摆放要有规律，文件资料不乱丢，用时才不会手忙脚乱。再次，禁止闲谈，办公室人员多，客人多，不能东拉西扯，说长道短，漫无目的，这种谈话要适可而止。

例如有人看报，一份报纸从头条新闻到边角广告，一看半天。打开电视机，新闻广告、电视剧，样样都看，问他到底看到了什么，却说不出个所以然。最后，充分利用移动时间。

做事最忌无目标，凭感觉走，设定目标是成功的第一步，可以增加动力，明确工作生活的方向，对目标的实现要设有一定期限，不能今天拖明天，明天拖后天，以致目标被无限期地搁置。

我平时负责销售三部的帐目及日常计划等工作，通过学习与近半年来的工作，我感触最深的是帐目方面不能混乱，对每一笔钱的来源去向都要清楚。

市场营销是指企业以满足顾客需要，创造顾客价值和满意为中心所进行的一系列活动。顾客的需要是市场营销的起点，顾客需要的满足并感到满足则是市场营销的最终目的。

市场营销是一项整体性的经营活动，它与“推销”、“销售”具有不同的含义。

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业务经营活动。

随着生活水平的提高及人们对食品安全意识的提升，消费者需求方面改变了很多，营销环境既能提供机遇，也能创造威胁。成功的公司都知道持续不断地观察并适应变化着的环境。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。

工作包的方式实现了分工协作、合理配置资源的目的。xxx是一种直观表现工作包的工具，它用图示的方法表现各个阶段的工作进度。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。

## 市场营销毕业实践总结篇八

我是学院19级营销专业的学生，我来到了xx啤酒集团公司，成为一名实习营销业务员进行毕业实习，经过培训合格后，我进入了河南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，我学到了很多在书本中学不到的营销知识，这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20xx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3月是啤酒竞争最为激烈的时间，因为都在抢占市场；我们金星也组织了大规模的铺货活动，比如把金星旗下的新一代，小麦啤酒等进行大的促销，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，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！

## 市场营销毕业实践总结篇九

由于系的高度重视、的积极支持和实习的共同努力，20xx届本科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，使实习得到了规范，实习质量得到了提高，并得出一些建设性的建议。

1. 实习20xx年3月22日—20xx年5月9日，共七周。

2. 实习地点实习地点32个。在自治区内25个实习点，区外7个实习点。具体实习地点详见附件一，20xx届本科毕业生实习情况统计表。

3. 实习内容 实习内容可以概括为两大类。一类是本范围内的，另外也有个别 4. 实习人数

(1) 实习学生。20xx届三个毕业班的131名学生全部参加了实习。

(2) 实习指导。共17人。由于实习点多，地点分散，系领导、教研室主任和本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。分散实习学生自己联系实习单位，都出具了三方的书面（书、同意书和实习单位接受实习的书）。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107人（31个实习点），毕业设计24人（1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 (1) 收到32个实习点每个点一份实习（实习单位盖章有效）。鉴定对每个实习学生做出了，131名学生单位实习鉴定成绩全部合格。

(2) 收到学生实习112份。其中毕业实习学生每人一份，共107份；毕业设计每组1份，共5份。实习报告全部合格。

(3) 收到实习教师每人一份实习报告，共17份。报告内容包括三部分。一是对学生在实习过程中的、能力、情况和基础知识掌握程度的评价。二是结合实习单位的意见，对自己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进意见或建议等

。全体学生综合实习成绩全部合格。

达到了毕业实习的预期目的。在与这个承前启后的实习环节，们对自己、对工作有了更具体的和客观的评价。本次实习采取分散形式。原则上以实习为主，同时与毕业选题相结合。本届实习的单位覆盖面很广，企业总体水平也比较高。实习收获主要体现在两方面。

1. 工作能力。在实习过程中，绝大多数同学积极肯干，虚心好学、工作认真负责，主动参与企业、产品、外贸谈判、行政管理、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、撰写实习报告，成绩良好。实习单位的反馈情况表明，我们的学生具有较强的适应能力，具备了一定的组织能力和沟通能力，普遍受到实习单位的好评。大多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建议，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，努力汲取知识。同学们认真的工作态度、较强的工作能力和勤奋好学的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。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和。

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、工作经验。

指导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，老师们深入学生和实习单位，阐明实习大纲及实习计划内容，明确实习目的和要求。实习过程中，结合实习单位的具体情况，学生具体地问题、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，掌握实习情况，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，老师们认真做好学生的实习成绩及评定工作，参加实习交流会，完成实习总结报告。指导老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。基本达到了及时发现问题，解决问题，提高实习质量的目的。

实习单位的指导老师认真负责。不仅指导具体工作，还无私的自己的工作与社会经验。

5. 校企关系。实习前后系领导带领实习老师专门拜访、答谢实习单位，实习结束时系里向实习单位发出统一的信。实习学生积极配合企业工作，他们的精神风貌和实际工作绩效对企业工作起到了良好的促进作用。使校企关系得到了进一步巩固和发展。

6. 总结交流。返校后召开了各种形式的交流会，内容丰富、气氛热烈，同学们积极发言谈，谈，论题丰富，论据翔实。实习指导老师亲临交流会，既肯定了同学们的成绩，又指出了实习中的不足，并对同学们的观点或体会进行了点评。对就业以及将来工作具有很大的指导意义。

1. 增加实践环节。学生们共同的体会之一是“书到用时方恨少”。从销售终端的管理、价格确

定，到渠道控制、投放、新品开发及至市场，都需要宽泛的理论知识支撑。有的单位工作专业性较强，学生下班回来找书找老师求教，其他实习点的同学也主动参与出谋划策。极大的激发了大家的学习积极性，许多同学遗憾学习时不够努力刻苦。一个普遍反映的问题是同学们希望都能参加一次实际，以系统地了解企业运作过程，增强实践能力。在我们的教学计划中，虽然有的社会调查实习，但专业性不强，投入不足。如果设一次短期专业性社会实践，会促进学生学习，进一步增加实践知识。如果增加实际营销策划内容，会加大教师工作量。但是，增加社会实践环节，确实是实现营销专业人才培养目标的重要途径，尤其有助于学生就业。我们初步计划增加营销策划实践工作，使目前学生的参与人数从5%增加到10%。建议学校把专业性社会实践纳入教学计划。

2. 承认教师指导社会实践的工作量。目前教师指导社会调查实习、毕业实习都没有计入教学工作量，所以不能调动教师积极性，也出现了上面三番五次强调但总是难以见效的实际情况。包括毕业论文也存在这样的问题。指导社会实践和毕业论文需要教师投入一定的时间和精力，才能收到效果。总结经验可知，无论社会调查实习、毕业论文的撰写，还是策划活动，每个好成绩的取得，都投入了指导教师大量的工作甚至个人的研究成果。所以，在进一步规范社会实践和毕业论文的同时，应该肯定教师的工作量，才能激励教师投入，才不会流于形式，真正达到实践目的。而承认教师工作量最有效和透明的办法之一就是把指导社会实践和毕业论文工作计入教学工作量。

3. 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。客观表现为企业一般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，就业率是学院的重要基础。

4. 毕业实习规范化。以规范实习材料为重点，在实习大纲中明确要求，实习总结中落实到位。以严格实习成绩为切入点，强化实习效果。以计入教学工作量为动力，激励教师投入实习工作。

## 市场营销毕业实践总结篇十

实习：顾名思义，在实践中学习。在经过一段时间的学习之后，或者说当学习告一段落的时候，我们需要了解自己的所学需要或应当如何应用在实践中。

由于系领导的高度重视、实习单位的积极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建议。

1. 实习时间20xx年3月22日—20xx年5月9日，共七周。

2. 实习地点实习地点32个。在自治区内25个实习点，区外7个实习点。具体实习地点详见附件一，20xx届本科毕业生实习情况统计表。

3. 实习内容

实习内容可以概括为两大类。一类是本专业范围内的工作，另外也有个别

#### 4.实习人数

(1) 实习学生。20xx届三个毕业班的131名学生全部参加了实习。

(2) 实习指导教师。共17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。分散实习学生自己联系实习单位，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接受实习的证明书）。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107人

(31个实习点)，毕业设计24人

(1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

(1) 收到32个实习点每个点一份实习鉴定（实习单位盖章有效）。鉴定对每个实习学生做出了评价，131名学生单位实习鉴定成绩全部合格。

(2) 收到学生实习报告112份。其中毕业实习学生每人一份，共107份；毕业设计每组1份，共5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17份。报告内容包括三部分。一是对学生在实习过程中的表现、能力、纪律情况和基础知识掌握程度的评价。二是结合实习单位的意见，对自己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进意见或建议等。全体学生综合实习成绩全部合格。

达到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，同学们对自己、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。实习收获主要体现在两方面。

1.工作能力。在实习过程中，绝大多数同学积极肯干，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。实习单位的反馈情况表明，我们的学生具有较强的适应能力，具备了一定的组织能力和沟通能力，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建议，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、较强的工作能力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。指导老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，老师们深入学生和实习单位，阐明实习大纲及实习计划内容，明确实习目的和要求。实习过程中，结合实习单位的具体情况，帮助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，掌握实习情况，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，老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。指导老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。基本达到了及时发现问题，解决问题，提高实习质量的目的。实习单位的指导老师认真负责。不仅指导具体工作，还无私的介绍自己的工作与社会经验。

5.校企关系。实习前后系领导带领实习老师专门拜访、答谢实习单位，实习结束时系里向实习单位发出统一格式的感谢信。实习学生积极配合企业工作，他们的精神风貌和实际工作绩效对企业工作起到了良好的促进作用。使校企关系得到了进一步巩固和发展。

6.总结交流。返校后召开了各种形式的交流会，内容丰富、气氛热烈，同学们积极发言谈经历，谈体会，谈感想，论题丰富，论据翔实。实习指导老师亲临交流会，既肯定了同学们的成绩，又指出了实习中的不足，并对同学们的观点或体会进行了点评。对就业应聘以及将来工作具有很大的指导意义。

1.增加实践环节。学生们共同的体会之一是“书到用时方恨少”。从销售终端的商品管理、价格确定，到渠道控制、广告投放、新品开发及至市场调研，都需要宽泛的理论知识支撑。有的单位工作专业性较强，学生下班回来找书找老师求教，其他实习点的同学也主动参与出谋划策。极大的激发了大家的学习积极性，许多同学遗憾学习时不够努力刻苦。一个普遍反映的问题是同学们希望都能参加一次实际营销策划活动，以系统地了解企业运作过程，增强实践能力。在我们的教学计划中，虽然有二年级的社会调查实习，但专业性不强，投入不足。如果三年级设一次短期专业性社会实践，会促进学生学习，进一步增加实践知识。如果增加实际营销策划内容，会加大教师工作量。但是，增加社会实践环节，确实是实现营销专业人才培养目标的重要途径，尤其有助于学生就业。我们初步计划增加营销策划实践工作项目，使目前学生的参与人数从5%增加到10%。建议学校把专业性社会实践纳入教学计划。

2.承认教师指导社会实践的工作量。目前教师指导社会调查实习、毕业实习都没有计入教学工作量，所以不能调动教师积极性，也出现了上面三番五次强调但总是难以见效的实际情况。包括毕业论文也存在这样的问题。指导社会实践和毕业论文需要教师投入一定的时间和精力，才能收到效果。总结经验可知，无论社会调查实习、毕业论文的撰写，还是策划活动，每个好成绩的取得，都投入了指导教师大量的工作甚至个人的研究成果。所以，在进一步规范社会实践和毕业论文的同时，应该肯定教师的工作量，才能激励教师投入，才不会流于形式，真正达到实践目的。而承认教师工作量最有效和透明的办法之一就是把指导社会实践和毕业论文工作计入教学工作量。

3.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。

4. 毕业实习规范化。以规范实习材料为重点，在实习大纲中明确要求，实习总结中落实到位。以严格实习成绩为切入点，强化实习效果。以计入教学工作量为动力，激励教师投入实习工作。

市场营销系毕业实习领导小组

20xx年5月20日

市场营销毕业实践总结篇十一

- 1、了解实习企业的基本情况及市场营销战略，掌握市场营销战略的制定原则和方法及管理过程；
- 2、分析实习企业的市场营销环境，包括微观环境分析和宏观环境分析；
- 3、通过对实习企业营销调研与市场信息系统进行分析，掌握市场调查，市场预测及市场营销信息系统的实际运用方法；
- 4、了解实习企业的市场营销策略，具体掌握产品策略、定价策略、分销策略、促销策略在实习企业中的具体操作过程；
- 5、了解实习企业营销企划的基本过程和基本内容。

狮王（国际）教育集团，成立于1994年11月1日。阵容强劲兼具实力的师资团队，不断开拓进取，以国际化的一流标准，提供儿童美语教育、早期教育、中小学教育、成人英语教育等多方面课程。

狮王儿童美语采用国际一流教学理念与六大教学法，首次将tpr教学法和自然拼音教学法引进中国，全力打造中国最具竞争力的儿童英语教育平台，并成立“狮王教材研发中心”，重金组建研发团队，研发自有知识产权教材，打造自有教育品牌。狮王宝贝早期教育发展中心引进mi多元智能教学法，研发优秀早期教育课程。“狮王宝贝”被中国妇女儿童事业发展中心评为“中国妇女儿童喜爱的品牌”。狮王（国际）教育集团引进全球营队教学理念，成立“狮王营队发展中心”，结合狮王学校的优质教学资源，以“素质教育与应试能力并重”的教学目标，为学习者创造优良的教育环境。20xx年，狮王中小学教育成功引进openmind高效学习系统（omhi—learningsystem），涵盖全脑整合系统（brainnewlearningsystem）、核心发展系统（coretwisterlearningsystem）、超量挑战系统（extra—challengelearningsystem）、高效工具系统（supertoolslearningsystem）等四大学习系统，整合中小学各学科高效学习的优质教材及教学理念，为狮王国际培训学校建立了更坚实的教学基础。狮王（国际）教育集团进一步涉足企业商务英语应用，为企业量身定做英语培训方案，并携手全国知名院校教授及专家，共同研发lke大学英语及lke商务英语教材，协助各大企业提升国际竞争力。20xx年，狮王教育集团携手中国南方航空股份有限公司共同开启“流利英语·和谐天空”的英语战略合作——为南方航空7000多名工作人员提供专业英语培训。迄今为止，狮王（国际）教育集团已发展遍布全国30余个城市，设立了近80所旗舰学校，拥有

研发团队100多人、员工3000多人，资深顶尖教育专家50余名，培养学生近100万人。狮王（国际）教育集团将以“缔造中国教育第一品牌”作为企业发展目标，秉承“对孩子一生负责”的企业使命，及“实现高效学习、成就未来领袖”的办学宗旨，培养更多的优秀人才，提升国家及民族的整体竞争力。

3月7日正式进入公司。首先是培训，其实培训也是一个淘汰的过程，首先是公司淘汰一些公司认为不适合的应聘者，其次也是应聘者对公司的考察，自己觉得不适合也是可以随时离开公司。我们应聘的都是课程顾问，狮王是一个教育集团，我们的主要任务就是将狮王的课程销售给目标顾客。

培训内容主要分为：公司文化的讲解和渗入，教育课程的介绍，销售技巧。

对于公司的文化是一直贯穿与公司的整个培训过程中，无时无刻都感受到公司热情积极的氛围和感受到自己的使命。对于课程的讲解让我们更加的了解狮王教育集团的产品。销售技巧的培训是室内的培训和室外实践相结合的，更加了解公司的销售模式。

这是在经过一些天的培训后我写给狮王教育集团华北区高瑞金总监培训感言。通过招聘会与狮王教育集团王主任的沟通，让我有机会走进狮王教育集团，有机会感受狮王教育集团的文化理念，更荣幸的是在狮王教育集团的第一天就能够接触到高总监，一位杰出女性的代表，分享高总监带来的狮王的文化理念以及做人做事的理念。这对于即将跨出校门的我有着非凡的意义。我个人觉得人生最大的财富是经历，在狮王的每一天都是我人生的一笔宝贵财富。人一性—格—品的四字词组的组合道出了做人应该具备的标准。一个人如果具有了好的人性、人品、人格、品性、性格一定是一个有才华，有道德，有爱心，有责任的人。我个人觉得每一个人都有自己的优势才华，通过学习和工作都会得到提高，而一个人的优秀品质实体现在生活中的点点滴滴。我觉得责任感对于一个人或一个企业都很重要，狮王教育集团的第一条理念强调的就是企业的责任感，对每一个孩子负责，通过高总监介绍深入了解了狮王教育集团的崇高企业使命以及企业对员工的培训都是很侧重责任感，一个积极、敢担当、具有责任感的个人或企业未来的路是前程似锦的。感谢狮王教育集团，感谢高总监。

第一：同时之间和睦相处，友善帮助。在狮王教育集团的这些天，我每天一天过的都觉得非常的充实并且有意义。每天的培训都会让我学到很多的与人沟通交往的技巧，而且对于我自己也是树立了一个正确的职业观。在这个企业里，每个人都要学会帮助别人，帮助新员工的成长，互相在工作中的帮助，每一个人在业务中遇到的问题拿出来，同事都会很积极热心的帮助。

第二、教育产品行销知识。随着经济的发展，人们对于知识的渴求和对孩子的教育都是舍得付出成本的。在教育行销过程中要注重行销人的文化素质，言谈举止。在推销企业的教育产品的时候，要学会寻找目标顾客，教育产品的价格是偏高的，譬如我们在下市场的工程中首先要选择的就是家庭经济状况良好。在学校门口寻找加长的时候首先看的是家长开的车，我们会从较贵的保时捷，奔驰，宝马开始和目标顾客沟通，然后才会往下延伸着去寻找。

第三、刺激消费。如今人们的消费观念是被商家挖掘出来的，而我们也是要学会挖掘客户的消费需求。从各种必需的角度刺激客户的需要神经，从而在其能力之下达成为交易。我们的主要工作就是预约客户，在周末的时候公司会有试听课和真对孩子教育问题的讲座，在这个过程中就是不短的刺激潜在客户的需求，最终达成购买协议。

在狮王教育集团的这段日子中，我不仅仅学会很多社会上为人处事的技巧也学会很多对于行销知

识，这些知识都是经过实践的得出来的，是课本上没有的知识。个人觉得通过在狮王实习的这段日子成长了好多，也成熟了好多。

## 市场营销毕业实践总结篇十二

我是一名学习市场营销专业的20xx届毕业生，在今年xx月xx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，我进入了河南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20xx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xx月和xx月份是啤酒竞争最为激烈的时间，因为都在抢占市场；我们金星也组织了大规模的铺货活动，比如把金星旗下的新一代，小麦啤酒等进行大的促销，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——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！

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！

### 市场营销毕业实践总结篇十三

更多了解市场营销在社会上的应用和对市场营销的个人理解，为以后创业打下基础

#### 本溪市星火日杂批发部

通过这么久的实习，在销售方面我不敢说有了深刻的理解，但通过实习使我理清了思路，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！

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。我所销售的日杂百货有很多品类，不用品类就要针对不同消费群体。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。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。

另一方面是要尊重你的竞争对手，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。

这次实习还是我了解到如何定价，策略

(1) 地区性定价策略：有按在特定的交通工具上的交货的方式定价，统一交货定价，分区定价，基点定价；

(2) 心理定价策略：同价定价，分割定价，声望定价，整数定价，尾数定价，吉祥数字定价，习惯定价，招徕定价（将产品价格调整到低于目标价格，甚至低于成本费用，以招徕顾客促进其它产品的销售）；

(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：应顾客而变，应时间而变，应场合而变；

(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，变动成本定价法，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。

并且，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。

还有就是做这一行一定要吃苦耐劳，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。营销一定要学会微笑，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。

更多 范文 请访问 [https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91\\_0.html](https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html)

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发