

# 2023年营销感想心得体会(实用8篇)

读书心得是对阅读过程中的理解和感悟进行总结和概括的一种文字表达方式。实习心得范文一：《我的暑期实习心得》

## 营销感想心得体会篇一

《市场营销学》是高职高专经济管理类专业的必修课。此课程具有非常鲜明的实用性与可操作性特征。所以传统的教学方式难以达到市场的要求，也不能很好的提高学生的学习兴趣，满足学生的需要。在市场经济中有这么一句话：什么样的商品是好商品？赢得市场的商品就是好商品。如果把这句话套用在教学中，就可以是：什么样的课堂是好课堂？赢得学生的就是好课堂！把这句话套用在学生的就业问题上，就可以是：什么样的学生是好学生？赢得企业的就是好学生。所以，在陕职院工作的八年里，作为营销专业的一线教师，我深知探索和尝试新的教学方式的重要性和紧迫性。当然，教无定法，教学经验更是涉及多方面、多角度，何况又有学科间的差异，每个人都有自己的体会。我的观点是：对于营销这门课，应该以营销基础知识为起点、以营销实际背景为依托，整合教学内容、综合运用多种教学方法，形成一种“开放式”的教学模式。在这里想就三种教学方法的使用和各位老师分享。还请批评、指正。

### 一、案例教学法

案例教学法是一种以案例为基础的教学法，是营销教学中必不可少的方法。原来以为就是在每一章节里尽可能多的给学生介绍营销案例，加深对理论的理解或记忆就行了。其实不然，我认为案例教学能否收到实效难点有三：

难点一：案例的选择

营销案例铺天盖地，但选择与主要教学内容密切相关、难度、长度都合适的案例并非易事。有些案例虽然精彩，但与内容不相关或相关性不大。我要求自己阅读大量案例的基础上精心筛选案例。而我最爱选择的案例类型是既和讲述内容相关，又能激励学生的例子。例如，在讲企业战略的重要性时我举了巨人集团史玉柱从做脑黄金的失败到后来的脑白金胜利的事例。和学生一起分析，归纳，总结。让学生切实的感受史玉柱在战略上一个非常著名的“四不做”理论。“自己不熟悉的行业坚决不做；没有发展前景的行业坚决不做；没有好的人手坚决不做；没有足够的钱也坚决不做。”

## 难点二：案例的描述

我觉得案例能不能非常准确而生动的描述给学生听，尤其是在没有多媒体的教室，学生又没有相关的资料，教师的语言表达基本功就显得非常重要。生动的、幽默的、口语化的描述最能引起学生的兴趣。我做过实验，同样的案例在多媒体放给学生看远不如老师的口述，学生能有效地记忆更多的信息点。所以，平时我会留意很多老师的语言风格。好的自己也会去模仿，最终形成一个学生喜欢、自己满意的语言风格。

## 难点三：调动学生积极性

案例教学中最难做好的就是综合分析型案例这种类型，它涉及多方面营销理论，要让学生分析问题产生的原因，选择相对满意的决策，给出解决问题的具体措施。如何激发学生兴趣，调动学习积极性正是难点所在。我想：首先要有意识的去转换自己的角色，把老师看成是导演或裁判员，把学生看成是演员或运动员。只有这样才可能营造轻松自由的课堂气氛，才可能充分调动学生的积极性。

## 二、情景教学法

情景教学法也是我很喜欢，也很常用的方法。几乎每一章开

始时都会用到。比如可以从教材内容入手设置一些带有启发性和探索性的问题，目的在于集中学生注意力，发挥学生主观能动性。在讲营销策略时可以设计这样一个情景，假如我们学校外的小饭馆生意不好，怎样扭亏为盈呢？如果让你当饭馆老板，你要如何经营？我鼓励学生积极出谋划策，培养他们的实践运用能力。还可以用一些经典的营销小故事来讲述营销的大道理，例如“怎样向寺庙推销梳子”这样的故事，以轻松、诙谐、幽默的方式来创造一种愉快的课堂氛围，学生容易接受。

## 营销感想心得体会篇二

本学期有幸学到市场营销这门课，还记得我曾经的高考志愿有填这个专业，可是后来却没有被录取，说真的，那个时候填报这个专业时，我并不是很了解市场营销，只是粗略的知道市场营销可能与销售有关。经过半个学期的学习，我对市场有了初步的了解。市场营销学是一门以经济学、行为学、管理学和现代科学技术为基础，研究以满足消费者为中心的营销活动及其规律的综合应用科学。同时我也明白了市场营销是指以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一系列活动和过程。

学了市场营销使我了解到市场营销作为一门艺术和科学有基悠久的历史 and 特殊的历史作用和意义。在商品和市场产生的同时市场营销手段也就应运而生，在不断促进市场经济发展的同时自己也得到了长足的发展，市场营销现已成为一门独立的学科。曾经以为市场营销遥不可及，在我的印象中是那么的抽象，但是经过学习我意识到营销已影响到社会市场生活的每一个角落、每一个时段、每一个元素。例如说，我们去超市购物，去商店，去逛街都能“遇到”它，市场营销出现在我们生活的每一个角落。

半个学期的学习后，我不仅对市场营销有了初步的了解，还对一些成功人士的事迹有了更大的兴趣以及更深的认识。像

老师经常提到的梁稳根、史玉柱等，从他们的事迹中，我知道了什么才是真正成功，更是深深的感受到企业的成功与市场营销之间有着密切的关系。的企业家-----梁稳根，“三一”重工主要初始人，现任“三一”集团董事长，是湖南省涟原人。经过李老师上课讲解和下课后查找资料，我对梁稳根有了一些了解。梁稳根是从一个贩羊失败，随后做酒，也失败了；再做玻璃纤维，还是失败。几次的失败的经历并没有改变梁稳根继续创业的梦想，他与袁、毛、唐四人一起打江山。第一桶金源自焊接材料，1989年，梁稳根和伙伴们创建的小厂即实现收入突破1000万元。后来，梁稳根毅然决定冲入这个向来只有国有企业敢做的行业-----重工制造领域。“三一”不是第一个以数字来命名的企业，但“三一”却是内涵较为深刻的企业之一。“创建一流企业，造就一流川人才，做出一流贡献”，这不仅是梁稳根和所有“三一”人豪情斗志的体现，也是他们的目标。正是在这样的目标和宗旨下，“三一”没有为到底应该干什么而感到困惑。由“三一”集团，我联想到了自己的大学生活。大学四年，已经过去了两年多了。大一人是茫然的，没有目标也就没有动力去学习，恍恍惚惚的过了一年。大二，我给自己定了目标，但却没有全身心的投入，学习的效果也不好。大三，现在的大三生活，我给自己定了明确的目标，而且也在努力的充满信心的去实现。大四以致于以后生活、工作，为了不让自己困惑，为了不再茫然，我会沿着制定的目标和宗旨去努力做的更好。

我觉得市场营销学是实用性较强的一门学科，它涉及到市场营销学环境、消费者市场以及消费者购买行为等各方面。我们学习了市场营销之后，无论是作为卖家还是买家，都可以在现实生活中学以致用。对经商感兴趣或是想要自主创业的同学，从市场营销学中都可以学到很多知识，即使是理论上的，但学好理论知识可以运用于实践。例如现在很多同学平时都会自己在学校外面的商业街开间店或是在学校的饭堂前摆摆摊，有时也会有同学上门推销手套，围巾等日常用的东西。这些都体现了有的同学有经商的意识，虽然可能是为了

赚点零花钱，但至少可以看出现在的学生还是挺不错的，也许是在为以后的创业打下基础，也许是在为成为企业家做铺垫。

谈到学《市场营销学》，这门课，我不免也就想到了授课的李老师。李老师给我的第一印象是特别严肃但却与其他老师与众不同，还记得第一堂课的时候，李老师提出我们要我们班用一本平时同学毕业时写的“纪念册”来作“点名册”，而且还要贴上自己的照片。那时，我就感觉李老师与其他老师不同，当然李老师是教授，与其他老师相比，更有胜人之处。我认为大学的师生情似乎很淡，有的老师教了一个学期，可能学生对老师没什么深的印象，而老师对学生更没印象，因为老师教的不只一个学生而是一个班、两个班，要记住每个学生的姓名、每个学生的样子，那也许是有难度的。但李老师的“点名册”却不一样，可以用来记住学生的名字，可以从照片上看出学生大致外貌，也可以从学生的简历和留言中更多更好的了解学生。而且在以后，当李老师想起07公管班时，还可以拿出那本册子来翻看一下。总之，我觉得老师特别明智，做出了不一般的举动。

在课堂上，我从来没有感觉到无聊，因为李老师不是单纯的讲述书本上那些有点枯燥的理论知识，而是结合生活中的时事、事例等讲的生动具体。偶尔李老师也会提问叫我们回答，我觉得这样很好，加强了师生之间的互动，可以使我们在上课的时候提高警惕性，少开思想小差。在这方面，我觉得李老师做的很好，不会像有些老师自己一味的在上面讲，一节课45分钟老师不停的讲，下面的学生却在玩自己的。而且我意识到李老师每次提问题都听似简单，但当要我们自己组织语言来回答时，就有点不知道怎样清楚的回答了。还记得李老师曾问我们“什么是黑与白？”这个听起来简单的问题，叫我回答，我却有点为难。但是提过的问题会给我留下很深的印象，加深了我对知识的理解。

在学《市场营销学通论》的同时，我不仅仅是学到了书本上

的知识，从李老师的授课中，我也学到了一些名言警句，对我的生活也有所启发。例如“做好事不是想做就可以做，要符合社会需要才做。”“尽可能的留下一丝痕迹。”这两句让我想到了自己，20多岁了一直在读书，几乎没有为社会做什么贡献，当然我知道读书也是在为以后的工作以致于为社会贡献打基础。

如果你是销售者，在学习了市场营销之后，也许可以使你在实践活动中增强产品的市场竞争力，结合产品和特点，针对市场的现实状况，把自己的产品推销出去。而当我们作为一个消费者去购物时，有时会遇到这样的情况，看到一款喜欢的东西，但又不知道到底买不买，不买觉得有点可惜，买了又觉得好像有点无所用处，怕买回去后后悔，也许心就动摇了。尤其是女孩子，这样的情况常出现。我曾经就有过这样，看到一件东西觉得不不错，可是实用性不大，在经过卖家阿姨那灵利的嘴之后，我的心就动摇了，后来发现买了却又不怎么用到!而学了市场营销后，我们可以对自己的这种心理做个判断，关于消费者市场和消费者购买行为的内容，就能帮助我们分析我们的心理活动。当我们了解了消费者的种种购买行为和心里以后，我们就会为自己作出一个明智的选择。

结合书本和资料我对市场营销的昨天今天以及将来有了初步了解和预测，相信随着世界市场经济的持续发展，市场营销也将不断变化更新，以后会出现更多的营销模式和手段。市场营销这门学科将不断完善，适应并促进世界的发展。

通过市场营销的学习使我更加了解社会，了解经济，了解市场，为我们以后更快更好的适应社会奠定了良好基础。今年我已经大三了，只有一年多就要面临找工作的难题了，而现在的大学生就业压力非常大，我也许会遇到很多挫折，但是现在在学样能做好的就是珍惜时间，努力学好专业知识和技能，争取找一份好工作，不辜负父母的期望，让自己有美好的未来。

### 营销感想心得体会篇三

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；从市场调查更新自己的理念，揣摩市场的潮流走向，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，通过与我们的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。消费需求已不再限于“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，全面的质量管理已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!

初学营销的心得感想范文4

## 营销感想心得体会篇四

通过这个学期的学习让我认识到倘若做为一名市场营销人员，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一定要对自己说过的话负责任，诚信也是最基本的人格保证。营销者要和自己的客户真心的交朋友，多了解客户的需要，多站在客户角度去考虑问题，产品虽然是没生命力的，但是人是有生命力的，人可以赋予产品于生命力，一定要注意自己的言行，营销者的一言一行，时时刻刻影响着客户对自己的看法，你的一个微小的动作都可能使你的成功或者全盘皆输，做市场营销一定要吃苦耐劳，一分耕耘一分收获，真的在这上面有面的体现，做营销是很辛苦的，是体力与脑力的共同结合市

场营销学习心得体会市场营销学习心得体会。守时对营销者至关重要，与客户约好时间一定要提前时间到达，无论是多么的风雨交加电闪雷鸣，都不是你迟到的借口，如果真的遇到不可逾越的困难的时候一定要提前告知客户迟到的原因并致歉。营销者一定要学会微笑，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成功率会大很多。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日积月累起来的，如果因为一丝困难而放弃，那么永远就别想成功，阳光总在风雨后，会看见曙光的。

市场营销即满足顾客需求还涉及到何种产品来满足顾客需求，满足顾客需求，使我更加认真学习书中营销策略，其中竞争性市场营销策略，目标市场营销策略，品牌策略，产品策略，定价策略，分销渠道策略，促销策略，服务市场营销策略等，以备充分满足顾客需要。

初学营销的心得感想范文

## 营销感想心得体会篇五

我是一名学习市场营销专业的\_届毕业生，在今年很有幸被\_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\_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\_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\_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！