

# 最新市场营销学生工作总结(优秀8篇)

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，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。相信许多人会觉得总结很难写？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。

## 市场营销学生工作总结篇一

截止到20xx年12月1日，我市文化新闻出版市场各项目经营单位（户）共计411家，其中网吧109家，音像零售、出租116家，印刷企业62家，打字复印32家，书刊零售、出租38家，歌舞、卡拉ok46家，电子游戏8家，与去年同期相比，经营单位（户）数量呈稳步上升之势。

1、认真学习文化新闻出版市场法律法规，努力提高执法人员执法水平

为切实做到依法行政，规范执法行为，本年度，我们加强了对文化行政执法人员的法规和业务技能培训工作，分期分批组织文化新闻市场管理干部和一线稽查人员参加了省市有关部门组织的法规和业务培训，并坚持开展每周一次的业务学习活动，及时传达和学习上级有关文化新闻出版市场的法律法规及文件精神，使广大执法人员充分了解，熟练掌握了法律法规，业务能力有了显著提高，为各项管理工作的开展奠定了良好的基础。

2、注重对经营单位的法规培训，宣传教育工作取得显著成绩

“一手抓管理，一手抓宣传”历来就是我们文化新闻出版市场管理工作的一个重要方针[]20xx年，我们为提高文化新闻市场经营业主的守法经营意识，深入宣传有关法律法规，先后

召开了11次文化新闻市场经营业主会，其中网吧经营业主会2次，歌舞娱乐场所为主会2次，音像经营业主会3次，印刷企业业主会2次，打字复印、书报刊零售、出租经营业主会2次，通过以会代训的形式，细致全面地对国家有关文化新闻出版市场的法律法规作了宣传讲解，使广大经营业主的法律意识有了明显增强。

### 3、加强日常管理，不断探索新的工作思路

文化新闻出版市场的管理工作纷繁复杂，且不断有新的情况出现，为此，我们加大了市场调研工作，对新出现的情况做到及时发现，及时处理，掌握了对市场经营活动的监管主动权。今年11月中旬，我们在市场调研过程中，发现有部分网吧经营者拟在新迁入我市的航天职业技术学院内开设网吧，针对这一情况，我们及时向上级文化部门进行了请示，得到大专院校内不得开设营业性网吧的回复后，我们迅速行动，及时将文件精神告知了工商、公安、教育等部门，并向社会予以公布，使市场监管机制在违法经营活动出现之前就起到了有效的防范作用，进一步推动了我市网吧管理工作的进行。

在日常管理过程中，我们针对市场经营单位多，执法力量相对薄弱的矛盾，制定了“定员定岗定街道”的三定日常巡查方案，要求每2名执法人员为一个检查小组，对负责街道的各个文化新闻出版经营场所进行巡查，并切实做好现场检查记录，发现违规经营行为，及时处置。通过这一方案的实施，使我市文化新闻出版市场的经营活动始终处于密切监管之下，对各种违法违规经营活动起到了良好的防范遏制作用。

### 4、大力开展文化新闻出版市场专项整治行动，认真规范市场秩序

20xx年7月开始，我们按照省市上级文化新闻部门的统一部署和市委、市府的周密安排，在全市范围内广泛开展了“文化市场集中执法季”和“反盗版百日行动”。根据本地实际，

制定了相关行动方案和计划，对网吧、音像、歌舞娱乐场所、新闻出版市场进行全面清理整治。先后出动执法人员1894人次，车辆427台次，检查各类经营单位（户）411家，查处违法违规经营场所24家，收缴盗版音像5712制品盘，非法书刊630册，其中依法给予行政警告20家，行政罚款23家，责令停业整顿1家，配合工商部门取缔无证摊点4家，有力打击了各种违规违法经营活动，使文化新闻出版市场的经营活动受到了大力规范，经营秩序有了显著改观。

## 5、加大校园周边文化市场的监管力度，努力营造健康文明的校园文化环境

今年，我们先后开展了3次大规模的校园周边文化市场清理整治行动，对全市中小学校、大专院校周围的文化新闻出版经营场所进行专项整治，取缔无证音像摊点2家，无证书刊经营户2家，收缴非法书刊121册，盗版音像制品207盘，净化了校园周边文化市场，受到了广大师生的一致好评。

## 6、及时处理群众来信来访及各类举报

20xx年度，我们共接到群众来信来访18起（件），主要涉及噪声扰民，网吧接纳未成年人，无证经营等方面的问题，这些举报，一经查实，我们都联合公安、工商部门作了及时处理，并将处理结果告知了举报人，受到了举报群众的一致好评。

## 市场营销学生工作总结篇二

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

市场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。著名的企业家-----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，就有点不知道该怎么清楚的回答了。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，但是现在在学样唯一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。

## 市场营销学生工作总结篇三

为期27天的出差结束了，此次出差能够说收获颇丰，同时也认识到自我还有好多东西要学。

公司与客户是健康的共赢合作关系，正常情景下没有谁牵制谁，可是在众多客户中肯定会有部分客户为了种种利益，难为公司，不好好配合。做为公司与客户的桥梁，我们业务人员，首先在保证双方利益的条件下，拉近与客户的关系，让客户对咱既有顾及但又不失情面。人际关系是一门艺术，这方面我想在未来的路上我要细心体会。

这次出差，主要是进行业务交接，对我来说还要熟悉地方的种植结构、用药水平、人情风俗，以及每个客户和背景性格等等，反正一切信息都是有效信息。再都就是，自我对产品的了解把握，目前来说起码要了解产品种类、规格、价格以及每个客户卖的产品，库存等。再进一步要掌握每种药在当地的习惯用法。当然这些我要好好学习，这是最基础的。我

说我此刻只懂了业务的5%，因为前面的路还很长，没走过之前千万别说自我懂了。

axx年的成绩大家有目共睹，公司在下边的名声还是不错的，来了不少零售商都有一些跟公司合作的意向，可是零售商有零售的缺点——量少且容易把市场搞乱。反过来说咱也不能放弃作协一个有意向的客户，能够针对不对的客户，做一些适合的产品，尽量在产品差开的情景下增加销量。

b收到的名片该怎样处理在接下来的几天陆续与名片上的客户进行了一些交流，在此也做了一点小结，以备以后参考，毕竟刚入行业，刚接触业务。首先，初次给客户打电话要正式一点，要清楚的说出自我是哪家公司的，要问客户对自我公司及产品的了解情景以便进一步沟通，要问对方以前都做哪家的产品、是否有空缺，这样给自我的产品找定位的时候能够参考以前做谁的，卖的啥多。其次，等了解差不多了再推荐咱公司的产品，要多说产品的卖点，或都直接说自我的产品有品牌、有市场。最终，要把客户对公司的影响，意向做一个评价，确定是直接定下产品，还是面谈或者再电话联系。跟他们交流过程中要尽量引导他们跟着自我走，不能光让他打听咱公司的价格政策，要注意不能透露其它客户及公司听重要信息，等等。

与去年相比，今年咱我区域内有了大客户称没钱做咱的冬储，直接导致今年的冬储量骤降。目前各公司出价参差不齐，有些客户在观望，而有些客户确实没钱做。在这场战争中我还没看出谁胜谁败。因为明白的这几家客户定哪个公司的都有，我要做好的就是多跟客户交流把自我这片做好，多劝他快做咱冬储。预付仅有一个客户答应给打钱，说要等月底钱收的差不多了多打些。

要多询问潜在客户意向，尽早定下产品；发包装物的单子，把包装物这块清完；不定时的询问冬储预付情景，多点是点；熟悉产品，要做到了解产品规格、价格、使用范围、使用方

法、每个老客户那以前放的货的种类。

做为新人，要做事严谨、凡事多想、多学多问、尽快充实自我。

## 市场营销学生工作总结篇四

市场营销，是现在社会的必修课，是很多人的生存需要，也是人们需要学习的，现在社会竞争大，挑战大，风险大，这就要求我们要把市场营销学好，最起码要懂一些，是社会需要，我没想过将来要做这一行，但不管怎样也要学习，我希望将来做一个设计师，市场营销是做每一个行业都需要的。

正如古人所说“桔生淮南则为桔，生于淮北则为枳，叶徒相似，其实味不同。所以然者何？水土异也。”《晏子春秋》。

下面仅就我谈谈对如何搞活“市场营销”工作的几点粗浅认识，以便共同学习和交流。

1、增强自信，对于销售人员取得成功至关重要。销售人员在毫无准备的情况下贸然访问客户，往往因为情况不明、底数不清总担心出差错，造成言词模棱两可，而客户看到这种对推销自己的产品都信心不足的销售人员时，首先会感到担心和失望，进而不能信任销售人员所推销的产品，当然更不会接受。因此，充分的前期准备工作，可以使销售人员底气十足，充满信心，销售起来态度从容不迫，言语举止得当，容易取得客户信任。

2、销售人员要做到“知己”，才能提高销售的成功率。所谓的“知己”就是需要掌握自己公司多方面的生产、经营、规模等情况以及自己负责的产品的性能、指标、价格等知识。

3、价格是否适中或者说是否在消费这的可接受范围内，极大的影响着企业营销的成功与否。虽然现在的居民的购买力水

平提高，但较高的价格依然会制约产品的售出。我们国家现在的市场，借用刘老师的一句话说就是“有钱的人已经拥有了，想买的人没有钱。”同样的商品，在较低的价格下出售相比于高价格出售，更能刺激购买者的购买欲望，这能够行之有效的开发潜在市场，刺激购买欲望。但是商品的最终的定价还是应该综合各项成本以后，根据销售情况及竞争商品（替代品）的价格来全面制定。

上市场营销课很有趣，老师也有趣儿，会让我们做一些市场调查，了解了许多，我喜欢灵活的课程，大家都喜欢，所以同学们都很积极努力，我也不能落单，为美好的明天努力奋斗，奋斗！

## 市场营销学生工作总结篇五

### 生产实习

通过生产实习了解造纸工业和企业生产营销情况，在这个基础上把所学的商务专业理论知识与实践紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力，以达到学以致用的目的。

### 乐昌市造纸厂

为期1个月的实习结束了，我在这一个月的实习中学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，受益匪浅。现在我就对这个一个月的实习做一个工作小结。

首先介绍一下我的实习单位：乐昌市造纸厂。该厂位于乐昌市河南镇武江河畔是一间地方国营企业，主要生产卫生纸、瓦楞纸等产品，产品主要销往粤北、湘、赣南和珠江三角洲地区，年产量可达六、七千吨，产值一千多万元。该厂产品曾多次在省级、部级的评比中获奖，深受广大消费者和用户青睐。

自元月20日起，在一个月的工作中我参加了该厂的供销实习工作。实习可以分为两个阶段。第一阶段该厂领导安排我在厂的供应室工作，主要是组织收购原材料。通过对这一阶段的工作使我知道了一般造纸的原理。造纸生产分为纸浆和造纸两个基本过程。制浆就是用机械的方法、化学的方法或者两者相结合的方法把植物纤维原料离解变成本色纸浆或漂白纸浆。造纸则是把悬浮在水中的纸浆纤维，经过各种加工结合成合乎各种要求的纸页。我负责收购的原材料是纸皮。把从附近城乡收购到的纸皮再经过车间用机械打碎成浆，高温蒸煮等加工程序后制成卫生纸。不要小看这只是简简单单的购买纸皮，其中还真有学问。以前只是会卖纸皮，现在可要买纸皮了，而且还是大批大批的买入。这里就要把自己在学校学到的诸如商品学、经济数学、统计学和会计学等知识和实践结合起来用在里面。例如：为了降低成本必须要以一个较低的价格买入原材料，那就要了解，分析市场上的收购价格，作好记录，而且要兼顾长期联系的老顾客、运费等因素，最后购买了还要作好验货、入仓等工作。其中更有些是课本学不到的经验，就像是买纸皮时要注意纸皮的湿度，湿度大的纸皮就越重，价钱就越高，有些纸皮商就是从中获利不少。虽然在供销室实习只有两周但相信这对我今后工作尤其在供销方面有了一个很好的开始！

接下来的第二阶段我被安排到销售室工作。为该厂联系销售业务，推销该厂的主要产品：卫生纸和瓦楞纸。虽然我学的专业更适合推销，但实际上这并不是件好差事。对于我这个丝毫没有实际工作经验又没有业务联系初出茅庐的人来说推销一种商品确实很难的。所以刚开始那两天真的无从下手，只能跟着单位的同事跑那些有业务联系的老顾客去学学看看。通过一个星期的学习观察和老同事的分析我总结了一下：该厂瓦楞纸主要是销往珠江三角洲地区，在我们粤北地区确实市场不大，而且自己工作时间短，经验少，又没有很广的交际面，与其推销瓦楞纸和卫生纸两种产品而分散力量倒不如集中力量推销在粤北地区也很大市场的卫生纸。

“皇天不负有心人”通过努力我终于在最后一个星期里做成了两挡生意。虽然有一挡是推销到自己亲戚的门市部那里但生意成功总是值得高兴。另外一挡就是自己努力的结果更值得骄傲。这挡生意是一间零售商店。为了这挡生意我做了很多功夫：背熟资料，市场调查，打听该店实际情况，总结前几次失败原因等等。通过这两个星期的推销实习使我深深明白到推销的重要性和搞推销是一件很辛苦的事，根本不是读书时想象的那样简单。同样也使我深刻体会到在学校学好专业知识固然很重要，但更重要的是把学到的知识灵活运用到实践中去。

(3) 市场信息反馈较慢，对发展新客户的工作作得不够细。

if you can dream it,you can make it!

最后衷心感谢乐昌造纸厂给我提供实习机会！

## 市场营销学生工作总结篇六

市场营销可以理解为与市场有关的人类活动，而哪有有社会分工和商品生产，哪里就有“市场”。下面是本站为大家准备的市场营销学的心得，希望大家喜欢！

通过几天的阅读，我大致了解这学期这门课的基本内容，全书共14章，分别从各个方面对市场营销这一问题进行阐述，让我们总体了解现代市场营销学为“何”，并且每一章后的案例给我带来了许多帮助，可以说理论联系实际，使内容更加形象、生动，容易理解。

面对当今竞争化日益激烈的社会，科学技术快速发展，企业和企业的竞争加剧，同时人才的要求更加专业化，而市场营销学有利于增强企业的竞争能力，使其受到企业及各界人士的重视。

《现代市场营销学》这本书从介绍市场观念入手，探讨企业市场营销环境，购买者行为规律，市场细分和目标市场以及企业战略和战略性营销规划等问题。介绍了营销研究和需求测量，预测等方法，重点讨论了企业产品策略，价格策略，营销渠道策略，促销策略的制定和实施，以及企业的营销组织和营销控制，并对国际市场营销和服务市场营销分别进行了剖析。

而以上简单的全书概况，使我更加了解本书的脉络，其内容丰富，实际与理论相结合，对我们学习有很大的帮助，在增强知识的同时也为我们以后的工作奠定了基础，带来了无限“商机”。

在我们日常生活中，我们经常和众多的商品打交道，然而我们在买这些商品的时候是否考虑过这些商品背后的因素，即这些商品从出厂到消费者手中是如何营销的呢？是否考虑过厂方是采取何种模式销售产品的呢？我想大多数人并没有考虑过即使思考过也无法理解其中的奥秘，通过对市场营销课的学习，使我有大致的了解。

第一步，要对市场进行调研与预测。调研时营销的决策和基础，没有调研就没有发言权，就不能掌握市场的真正动态。在调研的同时一定要具有系统性，客观性，不能带有主观偏见，不能简单的以点带面，以局部概括整体。这样就会影响我们做出科学的结论，进而影响营销决策，对调研的结果一定要重视，如果不重视，那么调研毫无疑问。

第二步，市场定向与成功营销，找准产品的目标市场。即产品所面对的是哪些顾客群，是通用型的还是针对某一特殊阶层，这样有利于对产品广告设计和宣传，进而有利于产品的成功营销。

第三步，产品的策略，生产商要对自己生产出来的产品进行分类。即该产品是本厂的核心产品还是附加产品，以便采用

不同的营销方法。还要对产品的性质进行分类，该产品是耐用品还是非耐用品，是服务方面的还是非服务方面的对不同的产品有不同的营销手段和渠道。例如耐用品它的价格就比较高且要保证质量。服务方面的对人员的素质和客户的体验就比较重要。

第四步，价格策略首先企业自身的目标不同采用的价格策略也不同。为了维持生存，为了控制市场占有率一般采用低价策略而有的为了追求利润最大化，为了迅速收回投资为了弥补成本一般会采用高价策略。其次影响价格策略的因素还包括生产成本，市场需求企业竞争政府的管制与垄断，因此企业定价应根据自身情况再考虑客观因素进行定价。

第五步调价策略在市场竞争中，经销商大致可以分为三类：一是零销售，二是批发商，三是代理商企业应根据自身情况选择适合自己的分销渠道。而影响分销渠道管理的因素包括产品因素，市场需求特性，企业状况，竞争因素。选择好了分销渠道以后企业还要对分销渠道进行设计。第一要决定渠道的长度采用直销还是传销分销，第二决定渠道的宽度对中间商的数目有所选择第三决定双方的权利与义务(交货结算的条件)当渠道设计好并运行后，企业根据经济利益控制力，渠道适应性不强进行渠道评估以便企业调价策略的改进。

第六步促销策略促销就是向目标客户传递商品信息的活动。目的在于将更多的信息引入购买过程中促销策略包括拉式策略和推式策略促销手段即是人员广告搭配使用吸引人的购买兴趣，达到真简奇美的效果进而有利于产品的销售。

第七步人员推销形式上包括有自己的销售团队，和同式的聘请，销售团队和兼职。任务是收集信息，卖产品，搞好售后服务。步骤是寻找客户资格审查，约见顾客，其最终目的是扩大企业产品的销售额，最终实现企业利润的最大化。

第八步公共关系这是市场营销的最后一步。它是为了让公众

了解企业而做出的条列活动。其职能是收集信息咨询建议平衡功能。坚持以诚取信的原则，调查，确定目标，评估结果的步骤。其具体方法是：1新闻界，2正面宣传，3联谊活动，4游说政府官员，5编写案例和经验，6员工分享，7广告。

同时我还学到这些知识：

□swot是一种分析方法，用来确定企业本身的竞争优势(strength)□竞争劣势(weakness)□机会(opportunity)和威胁(threat)□从而将公司的战略与公司内部资源、外部环境有机结合。

3. 营销组合的四个因素常称作4p□是：产品(product)价格(price)推广 (promotion)通路与配销 (place&distribution)

4. 波士顿矩阵，波士顿矩阵(bcg matrix)□ 又称市场增长率-相对市场份额矩阵、波士顿咨询集团法、四象限分析法、产品系列结构管理法等。波士顿矩阵是由美国大型商业咨询公司——波士顿咨询集团(boston consulting group)首创的一种规划企业产品组合的方法。问题的关键在于要解决如何使企业的产品品种及其结构适合市场需求的变化，只有这样企业的生产才有意义。同时，如何将企业有限的资源有效地分配到合理的产品结构中去，以保证企业收益，是企业在激烈竞争中能否取胜的关键。

5. 市场调研

市场调研又称营销调研，指企业在市场营销决策过程中，需要系统客观收集和分析有关营销活动的信息所做的研究。

哇~真的学到了很多知识，我想这些知识我会领会终生的~

本人是枕水人家的一名销售，现在为提升自己能力，开始学习《市场营销学》，把个人觉得是精髓的部分和个人感悟分享

给每一位朋友，因为是为了运用，所以所有名人以及时间部分全部剔除，只留下应用部分。

今天写的是第一章：市场营销与市场营销学 中第一节：市场和市场营销。下面开始就是我的分享了。

在写相关内容前我先写下我对本节看法，本节只是对市场和市场营销做了概念上的阐述，没什么有实际应用的，主要强调了顾客是市场的主导者，顾客决定了企业的走向，顺则生，逆则亡。要站在顾客的位置上去做规划，去营销，不能一味的说“我们”，“我们的产品”。

市场营销可以理解为与市场有关的人类活动，而哪有有社会分工和商品生产，哪里就有“市场”。从企业的立场看，市场是外在的，无法控制的(尽管可以影响)，它是交换的场所和发展增值关系的场所。都是一些基本定义，自己看看大概了解下就行了。

市场存在的基本条件：

就是销售中man法则□m是钱□a是决策人□n是需求，用以判断是否是目标客户。

2. 存在生产者(供给者)一方，他们能提供满足消费者(用户需求)的产品。

3. 有促成交换双方达成交易的各种条件，基本上都是法律

行业(卖者总汇)通过促销(沟通)把商品或者服务交换到市场(买者总汇)

市场(买者总汇)因购买商品或者服务，把货币以及调研(信息)交换到行业(卖者总汇)

注：钱物交换为内环，信息交换是外环

市场营销分三类：1. 将市场营销看做一种为消费者服务的理论，2. 强调市场营销是对社会现象的一种认识，3. 认为市场营销是通过销售渠道把生产企业同市场联系起来的过程。

在市场经济体系中，企业存在的价值在于它能不断提供合适的产品和服务，有效满足他人(顾客)需要。

顾客是企业得以生存的基础，企业的目的是创造顾客，任何组织若没有营销或者营销只是其业务的一部分，则不能称为企业。

概念：1. 企业座位交换体系中的一个成员，必须以对方(顾客)的存在为前提，没有顾客就没有企业 2. 顾客决定企业的本质 2. 企业最显著最独特的功能就是市场营销。

## 市场营销学生工作总结篇七

性别： 女

民族： 汉族

身高： 170

体重：

籍贯： 广东省

目前所在地： 广东省

学历： 本科

政治面貌： 其它

毕业院校： 广东药学院

毕业时间□ 20xx年6月

所学专业类别： 管理类

专业名称： 市场营销

教育背景/培训经历

专业情况及特长：

外语语种： 英语 外语水平： 六级

计算机能力： 精通 普通话程度： 一般

主修课程

学业成绩

20xx-2008学年 被评为院级“三好学生”，并获得二等奖学金；

20xx-2007学年 被评为院级“三好学生”，并获得二等奖学金；

20xx-2006学年 被评为院级“单项优秀分子”，并获得三等奖学金。

20xx-9 ~20xx-10 担任班上信息员职务，直接和校领导沟通，反馈学生信息，促进学校教改。

20xx-7 ~20xx-12 成为广药兼职互助中心商务运营部成员，主要是作为带团人员，根据公司的需求，挑选并联系符合条

件的人员，进行各项事务跟进，按要求组织有关活动。

20xx-12 广州明确咨询有限公司(中山) 担任职位：问卷调查员

职务：主要是做关于国民阅读的调查，以抽样的方式，在规定的地点选取人员进行入户问卷调查，全程以录音为证，录音时长20~30分钟，两天顺利完成调查任务。

20xx-3 广州顶津食品有限公司(中山) 担任职位：临时促销员

职务：主要是在商场，超市等地点进行产品的促销活动，介绍公司的产品和理念，引导顾客购买，培养顾客的'忠诚度，提高公司知名度。

求职类型： 全职 月薪要求：

希望应聘的岗位： 商务/贸易/国际业务 应聘的其它岗位：  
企业策划

希望工作地点： 广东省 其它工作地点：

做事细心，务实严谨，积极向上，待人诚恳。

具有较强的学习能力和协调沟通能力，并能承受巨大压力，善于应对各种挑战。

具有认真负责的态度和吃苦耐劳的精神，愿从实事做起，尽心尽力，尽职尽责。

## 市场营销学生工作总结篇八

心得体会就是一种读书、实践后所写的感受文字。读书心得

同学习礼记相近；实践体会同经验总结相类。学习的方法每个人都有，并且每个人都需要认真地去考虑和研究它。心得体会这种学习方法对于一个人来说也许是优秀的，但没有被推广普及的必要。因为学习的方法因人而异，方法的奏效是它与这个人相适应的结果。方法，也是个性化的。借鉴他人的学习方法并不是不可以，但找寻适用于自己的学习方法才是最重要的。下面的市场营销学习心得范文是由为大家整理带来的一些相关材料，希望能对你有所帮助。

这学期市场营销学，学了不少内容与知识，使曾经匮乏的知识面扩展了很多，如营销战略规划过程，市场营销环境分析，以及各种市场营销策略等。经过王趁荣老师的详细解说以及其它相关书籍的介绍之后让我感到真是受益匪浅。让我我更加深刻的了解了市场营销学的真正的概念以及营销技巧。同时也让我明白了市场营销学不仅是一门应用型学科，同时它的哲理已渗透到我们的各项活动之中，包括经济活动与非经济活动。在人们经济生活，社会生活中得到广泛的应用。而市场营销学本身理念也是呈现出动态发展，不断创新的，以适应知识经济，信息经济和经济全球化的全面挑战。

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，真的在这上面有最全面的体现，做营销是很辛苦的，是体力与脑力的共同

结合。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。

我一直觉得菲利普科特勒的一句话很有道理：“优秀的企业满足需求，杰出的企业创造市场”。我相信学习市场营销学的更多理念会有利于我在实践上的成功。

学习市场营销，目前我的这些心得似乎有些浅薄，但是我希望在学习中不断充实使自己越来越完善。