

# 最新市场营销综合模拟实训报告小结 市场营销模拟实训报告(优质5篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

## 市场营销综合模拟实训报告小结篇一

模拟手机剧情介绍

手机整体现状

sun公司现状分析

sun公司的发展状况

手机产品运营现状及存在问题

swot分析

市场细分

市场定位

品牌定位

定价策略

广告促销

渠道策略

模拟世界中的产品为手机，在过去的几年无线通信市场发展非常迅速，并且这种趋势还在继续。任何一个产业的发展都离不开相关领域的技术的创新，这点在当今的市场环境中尤为突出。一般来讲每个公司都会不断推出新的手机品牌来更好地满足其目标市场的需求。现有品牌的改进和新品牌的推出取决于公司开发和完成新的研发项目的意愿和能力。不同手机产品之间的差异主要体现在其8种物理特性：

- 1、通话质量：通话的品质和稳定性，可能的指标为30~100。
- 2、体积重量：机身大小和重量，可能的指标为20~60。
- 3、显示面积：显示屏幕的大小和色彩度，可能的指标为20~80。
- 4、外观设计：外观的时尚经典，可能的指标为40~86。
- 5、应用操作：操作是否方便管理功能是否强大，可能的指标为30~78。
- 6、娱乐功能：短信、游戏、彩信、彩铃、摄像等，可能的指标为10~72。
- 7、科技应用：技术先进性如java[]蓝牙，可能的指标为10~60。
- 8、生产成本：生产具体产品的转移成本。

从产品生产的角度来讲，由于受到生产线规模的限制，每个品牌的产品在每个季度的生产数量不能超过16万只。此外，现有产品随着生产经验的不断累积，其转移成本会不断下降，每次某种产品的累积生产数量翻倍时，其转移成本将下降8%，手机市场的基础产量为3万。

依照行业专家的观点，也经过了各家公司的市场调查分析和

过去的营销经验的证实，手机的购买者被划分为4个细分市场，他们分别是：科技追求型、时间管理型、形象追求型、情感交流型。每个细分市场的人群都有不同产品需求、消费心理、行为特征、市场大小和成长空间，并且这些特性随着时间的推移也在不断变化。

**sun**公司主要市场是在低端市场，即在此市场占有优势，我们必须保持原有市场份额的基础上不断壮大。从细分市场的增长率可以预测到市场的发展是趋向于中低端，手机市场不断壮大，但是价格也会不断下降，因为合理的价格是消费者购买手机的参考条件。也就是说，我们与对手竞争中低端市场并确立竞争优势，但不会盲目的扩大。

发的，随着策略的更改，研发最终以形象追求型为主，主打形象追求型细分市场，而**hc3**虽是低端品牌，其作用是用来扰乱市场价格。

从上述的图中可以看出**sun**公司在第二季度之后产品的销量一直在**20w**左右浮动，相对整体而言其销量却在下滑，没有增长，即产品失去了竞争力，可以看出公司的策略一定的问题。而作为支柱品牌的**suna**在第一季度后其销售占有率在不断下滑，最终降到只占**10%**左右，即其的销售渠道和定价可能存在问题。

综上所述，可以看出我们的公司—**sun**在运营过程中策略不清晰，产品定位不明确，销售渠道及产品价格的定制一定的问题。

## 市场营销综合模拟实训报告小结篇二

实验目的：

通过因纳特工商管理综合实训软件模拟一家企业的运作，使

学生在参与营销、技术、采购、生产、仓储、财务、人事等各环节的实际操作过程中，熟悉各职能部门是怎样独立运作，部门之间是怎样相互协调关系。了解现代企业管理的一般流程，并能整合所学的管理理论知识，掌握现代企业管理的实用工具与方法，成为企业所需要的实用管理人才。进一步加强专业综合实践教学环节中的社会实践部分，培养和提高学生综合运用所学的基本理论、基本知识和基本技能分析和解决实际问题的能力，培养应用能力、创造能力以及团队合作能力。小组成员：李欣宜□ceo□薛敏 贾海娇 杨萧琴 冯国珍 范凤敏（电商）实验内容：

用因纳特工商管理综合实训软件注册一家洗发水公司，对其进行期限为7年的经营管理，初始资金为1000万。

注册公司后，首先要进行市场需求调查，选定市场。

其次构建企业，即完成建立企业的经营场所的构架。厂房的面积有一定的限制的，为方便以后的经营与发展，我们建立了最大面积的500平方米的厂房。在仓库的构建方面，还为了方便一次性购买大量生产洗发水所需的原材料，充分利用厂区空间，我们选择租用最大的原材料仓库。而成品仓库作为周转仓库，可以等待考虑接到订单后再构建，但应注意无法分批交货。生产设备分为全自动、半自动、柔性生产设备三种，虽自动生产设备价格较高，但考虑其产能高且所需的人工成本相较其他两种很低，性价比极高。在厂房构造时，需要建立相应的办公室给予不同部门使用，比较重要的有总经理办公室、工人休息室、销售部办公室、技术研发部办公室。这里最为重要的是销售部办公室及技术研发办公室。销售部办公室在未来公司经营的过程中可开拓市场。技术研发部这则关系着在后期占领专卖店的市场所需要的技术开发，所以在管理经营公司的过程中需要进行技术研发，同时需要招聘一点的研发人员，这时需要租赁一间研发部的办公室。其它办公室则分别根据个人公司需要构建、并招聘员工。

公司构建好后开始经营。实验结果： 第一年： 由于在模拟实验中已经认识到了标书的重要性，并且了解到标书对知名度、产品质量等都有很高要求，刚开始对企业的初始投资基本全部用在了购买技术尽快提升产品档次，打广告扩展知名度上，为防止不能中标而荒废一年时间，我们与普通超市和商场渠道进行了合作。投标时因不能确定市场中竞争是否激励，投标价格制定得偏低。开标后我公司中了两个，然而在准备购买原材料生产时却发现原材料市场竞争十分激烈，去离子水货源紧张，完全无法满足生产，只能等待第二年开年抓紧抢购。

第二年： 本一开始，不幸我方因为系统问题，没能分配到原材料，此时我们才意识到事态远比第一年想象的严重。为尽早生产，我们希望同其它公司合作，在自由市场上我公司与a3公司签订了合约购买大量原材料，然而对方以缺货为由并没有付货。我方只好再度寻求与其他公司合作，然而未果。

第三年： 第三年我方因仓容计算失误错失原材料购买时机，公司陷入更大困境，于是向银行贷款三百万缓解危机。a3公司因去离子水紧俏毁约，在有货情况下拒不付货，我方只得在自由交易市场上高价购得一小批去离子水，鉴于不足以生产标书规定的批量，我方用这批原料生产了高档产品通过超市渠道出售赚取了一部分利润。

第四至第五年： 公司进入危机，屡次筹款未果，我方只好停产，解雇工人变卖资产，以求降低运营成本。考虑到下年开年后银行会收回贷款，资金缺口过大，节约开支也无法挽回局面，我方决定将现金转移，于是将二百四十万资金全部投资了生姜力量公司。此时生姜力量公司也已经处于破产边缘，但资金注入使其危机暂时缓解。

第六至八年： 公司于第六年（2023年）破产，同年我组又重新注册了a180-2公司重新经营。鉴于当前其他公司都已经建立了相当强的市场基础，原材料市场竞争更加激烈，如果

我们不改变经营战略，从头开始打市场，需要的资金和时间太多，很可能再次面临破产，于是此次我们决定改变经营策略，与生姜力量公司合作。我方主要致力于抢占原材料供应对方生产。心得体会：

通过这次的实训，总的来说我们还是学到了很多的东西，从以前的局外人，到亲身参加到企业经营管理的全过程中，让我们更加全面的了解了企业管理方面的学识。通过这八个年份对企业的管理我们明白了一个企业的经营效果不是立竿见影的，企业的经营要根据市场进行预测，如果遇到发展瓶颈了也不要立马放弃，或许换个角度来考虑下问题，或许就能找到解决问题的办法。这次企业经营对抗的实训，使我们了解了一个企业从注册到组建生产经营的全过程，通过整个实训八年的经营来看，经营一个企业不是一个容易的事情，你要考虑很多因素，要经过很多环节，怎样进行预算分配资源、怎样进行生产管理、怎样进行销售管理、怎样进行融资以及怎样规避企业风险，所有的环节都十分重要，环环相扣，整个经营链条中，哪个环节出现失误都将会给企业带来很大的负面影响。作为物流管理专业，我们更是深深感知企业每一个业务部门在企业的重要性，现金流动、市场营销、仓储管理、内部控制和风险管理都在企业的战略规划中占有很大影响。使我们对企业经营和自己的专业作用都有了更多的认识。

从总体的经营状况来看，经营状况一直在走下坡路，主要原因是受原材料供应限制，即使拿到标书也无法按时生产。这次经营有成功之处也有不足之处。第一年的时候资金很充裕，我们通过开拓市场提高了品牌知名度，与一些大宗的商场和超市进行了合作，得到了一笔微薄的收入，紧接着，我们开始投标，有了上一轮模拟实验的教训，我们将标书的价格控制在一个比较低的水平。第一年我们投了三个标，中了两个。接下来就是采购原材料，在采购原材料时，由于去离子水稀缺抢手，导致我们在第一年没有抢得到去离子水，于是我们打算在第二年重点关注去离子水这一原材料。

然而第二年甚至以后几年我们还是没抢到去离子水，在明知希望很渺茫的情况下，我们依旧坚持着抢购去离子水，仍旧抱着一线生机，却没有想着去改变一下策略，稍微的变通一下，以致于第一年我们中的标书迟迟得不到生产，信用度也是一路下滑。如果当时我们及时改变采购策略，集中火力对某一种原材料进行垄断，而不是只关注去离子水，那结果可能就会有一个大反转。比如说aes的性价比比较高，那我们就可以集中资金去将所有的aes采购过来，实行垄断，然后再用其交换我们公司所需要的去离子水或者是高价售出，可能就会避免破产甚至创造佳绩。

另外，在第二年左右，就有很多公司已形成联盟，对某些地区或者是原材料实行垄断，共同对抗联盟以外的公司，这样在无形中就消除了一些竞争对手。而我们公司在前几年并没有很好地与他人进行合作，奉行着单打独斗的策略，这就相当于，我们一个公司在与其他一些大公司结成的联盟在竞争，实力悬殊，竞争结果可想而知。总结反思：

公司的整体战略关乎一个公司的生存和发展，是指导一个公司经营的方向，因此公司整体战略制定得是否合理、科学就变得十分关键。一个企业能在长久的竞争中保持领先地位最关键的策略便是在最恰当的时机做出最恰当的决定。因此企业经营的理念就是使战略能够促进企业稳步前进发展，求真务实。要全方位周密地考虑，时刻保持一个清醒的头脑也是重要的，不被胜利冲昏、不被困难吓倒。

企业的资金主要用在两个方面：生产的营销。二者不仅此消彼长，而且一损俱损，所以只能协调发展，并不是单纯“以产定销”或是“以销定产”。生产与市场应该均衡。市场、生产与财务三者是相互制约的，要避免“一招不慎，满盘皆输”的局面。

资金是企业存在和发展的基础，是企业存在的灵魂。企业的经营过程也就是资金的流动和形式不断变化的过程。资金的

存在有着重要的意义，只有具备一定量的资金，企业才能作为最初的资本，开始运作。正常经营以后，企业所面临的环境是千变万化的，各种各样的原因会造成企业在某一环节资金短缺，造成资金周转困难。造成企业资金周转困难的主要原因有以下几点。资本不足和盲目投资、经营不善造成的资金周转困难、企业各部门之间协调不当造成的资金周转困难。我们企业最终破产的主要原因就是由于盲目投资造成的，在没有制定恰当的经营策略后便投入了大量固定设备和人力资源，造成后期现金流中断，最终资不抵债以致破产。

战略联盟对公司的发展至关重要，从公司的长远发展的角度看，形单影只的单打独斗注定是要更加艰辛，公司要独自兼顾方方面面，应对环境巨变时难免捉襟见肘，所以有必要选择一家合适的公司与其进行友好合作，相互促进，取长补短，共同谋求长足发展。从最终的经营成果可以看出，出类拔萃的公司基本上都进行了合作联盟，很少有独自闯出一片天的公司。我们公司的一大失误就是错失与人合作的最佳时机，导致孤立无援，翻盘无望，只能挣扎生存，前期的优势尽失。最后，感谢老师给我们安排的这次实训的机会，通过这样的活动使得我们参与真正体会到商战的激烈和残酷，真正的把我们学到的理论知识和现实结合起来，使得我们能够把抽象的知识具体化、形象化。

## 市场营销综合模拟实训报告小结篇三

### 一、创新与时间管理能力训练

实训内容及小结：第一节实训课是由雷晨光老师带领我们上的，其次老师给我们讲解了些对于在营销方面的专业理论指导，让我们在时间管理方面有了更深层次的了解，之后我们又做了一个小游戏，主要是通过打破固有思维来发现问题并去解决问题。在此过程中老师也例举了许多相关的例子，例如公司内部问题练习等。同学之间也开始互动起来大家集思广益共同猜出游戏答案这些也都培养了我们对于不同问题的



发散性思维以及创新能力。在竞争日趋激烈的今天，高速发展的各行各业需要新型营销人才，需要具有创新意识。专业知识和富有团队作业能力的. 市场营销新人。

## 二、沟通能力训练

实训内容及小结：第二节实训课则是由彭越老师指导我们上的，同样在课前我们也进行了一次心理小测试也伴随着一些相关的游戏。为我们接下来的课题沟通能力训练做了一次沟通前的准备。在这次的沟通能训练上我们了解到要想顺利的与他人完成沟通首要的一点就是树立自己的信心，相信自己能拥有一副好口才，能够成为一位沟通高手。这样才能完善自身的一些缺陷，增强自己的沟通能力。因此任何工作往往都不是一个人的事情，而是一个团队在完成一个项目所以在工作的过程中，如何去保持和团队中其他同事的交流和沟通是非常重要的。

## 三、积极心态与诚信素质训练

实训内容及小结：第三节课是由肖永平老师为我们上的，与上两节课一样我们也进行了一次心理小测试以及相应的游戏还有同学间的互动和诚信测试。课上老师让我们对于“成功是因为什么”以及在社会中是否应该讲求诚信这一问题做了思考，老师说做营销其实也就是在营销自己，营销自己的理念和自己的人格。做人很重要尤其做一个有诚信的人，不要想着去欺骗你的客户，客户可能会因为相信你而上一次当但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。课上同学们积极发言竞相提出自己对于这一问题的看法。期间老师也讲了许多相关的例子，这让我们明白心态决定一切积极地心态是很重要的。

## 四、心理承受能力及增强自信心训练

实训内容及小结：最后一堂课则是由陈世伟老师带领我们上

的，课上我们进行了一次简短的推销表演以及朗读短句子。推销表演以及上台朗读短句子从本质上来讲就是一种体验式学习，让同学通过训练项目，经历心理挑战的锻炼有助于自己教育自己，自己发现不足并努力完善它。

这次的实训，把书面上的知识运用到了实际，这样不仅加深我们对于营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的营销能力。通过团体合作，我们懂得了合作的重要性以及懂得了如何去配合一个团体，这为我们以后面对社会打下了基础。这次的实训经历使我们终身受益，给我们积累了经验，能够让我们更好的面对未来。同时我也相信只要通过自身的不断努力，拿出百尺竿头的干劲，胸怀会当临绝顶的壮志，不断提高自身的综合素质，在于社会的接触过程中，减少磨合期的碰撞，快速融入社会的步伐，才能在人才高地上站稳脚跟，才能扬起理想的风帆，驶向成功的彼岸。

最后在这里我想说一句：因为有你们相伴相随，所以在实训的每一天都过得很快乐也很充实如果可以，往后愿我们继续一路同行。

## 市场营销综合模拟实训报告小结篇四

在新社会我们不光要有书本上的理论知识，我们更需要的是在实践中的学习。实训课让我们深刻地体会到了纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行的道理。从市场营销这门课的性质来说：“它是一门实践性很强的专业课程，理论结合实际显得尤为重要。书本上的内容和实训中的有很大的差别。我们除了要学好课本上的理论知识外，更重要的是在实训中所获得的经验。利用课堂知识指导实训任务，实训经验反哺理论知识，从而实现理论联系实际，缩小两者间的差异的目的，努力将自己锻造为社会所需、企业所用的人才！完善了自己的营销知识与常识实践是检验真理的唯一标准，理论联系实践是我们在学习过程中不可避免的。通过专业实训，加强对市场营销基本理论、基本方法和基本技能认识和掌握；在整个

大学的学习过程实质就是理论知识的汲取，为了缩小理论教学与未来企业营销实践的差距，营销专业的实训成为了重要的实践性教学环节和必要的过程；实训就是一种实践过程，我们可以通过实训来提高自身的动手能力与分析问题和解决问题的能力，为后续教学提供更多的感性知识和打下良好基础。实训在帮助学生从校园走向社会起到了非常重要的作用，通过实训，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。作为一个学习市场营销的学生，专业实训不仅仅是一次学习的过程，更是一种磨练或者说一次历练，因为当代社会是一个充满向往和残酷竞争的社会，每天都上演着没有硝烟的为争夺市场的战争。因此我们要不断地提高自己。

20xx年4月15号—4月26号

实训的主要内容是要了解因纳特市场营销模拟软件的性能。因纳特市场营销模拟软件的主要内容一是：“即时数据，它可以时刻地让你了解你自己公司的相关信息。二是营销环境，市场营销环境主要包含了市场调查信息、市场调查问卷、竞争对手调查、市场调查报告等四个方面内容。三是swot分析□swot分析主要包括stp分析和目标市场。四是市场定位，市场定位主要包括西北、西南、华南、华东、华中、华北、东北等七个市场。五是产品策略，产品策略主要包括产品研发、技术购买、产品包装和产品生产。六是价格策略，价格策略主要是定价和调价两方面内容。七是促销策略，促销策略主要就是宣传策略与促销活动。紧接着以下内容就是交易中心、物流配送、财务报表。”这些就是市场营销实训的主要内容。

在我看来实训过程是紧张而激烈的。是一个绝对考验你头脑反应能力和果断能力的考验。从一开始的市场分析开始就影响了你接下来的经营。一开始你要做的就是做市场分析和调查，它对你来说非常地重要。它决定了你接下来的基本走向。

比如说华北地区高中低档产品销量很好，那你就做出相应的市场开拓和投广告……一般来说只是我个人的想法，在选取目标市场时我不会选取一开始低中档销量很高的地区。因为大家都认为这个区域好的话，那么相对来说它的竞争压力较大。想要拿到单你就得多投广告。这样就增加了你的资金压力。在投广告的过程中我觉得尤其的重要。广告决定了你的知名度，决定了你能不能拿到订单。我觉得有无订单是一个公司是否存在的根本，所以它的重要性就不用我多说了。关于怎样快速地提高自己的知名度，在此有一个小方法与大家分享一下：“就是一开始就去投户外的广告，虽然它的价格比较高，但是它的知名度提高的真的很明显。这样就避免了在别的地方投了很多钱知名度却上不去的苦恼。”在抢单的环节：“我们一般都是先抢单，之后才去生产，如果你要是拿到单后立即就去生产的话，就会错失很多拿单的机会，因为市场饱和的很快。你能拿单的机会也很少。”下面是我做的成绩截图，做的不是很好，但我会做出认真的分析以便找出原因。从这张表中可以看出我只生产低档、中档产品。没有生产高档的。因为如果想要达到生产高档的水平的话，相应的产品研发投入就要高一些。如果我想要卖高档的怎么办啦？你可以去自由交易中心看看，那里可能会有高档出售，而且价格相对较低。再来分析一下我的品牌知名度：“我觉得我存在失误的地方就是不应该在华北地区有所投入。因为当别人的品牌知名度达到几十时，我的就完全被淹没了，我所投入的资金就打了水漂。最后来分析一下我的产品库存：“在产品库存方面我觉得我还是算的挺准的，一般在年末的时候，在没有失误的情况下，所生产的货一般都能卖完，即库存为零。

通过一段时间的市场营销专业实训，使我受益匪浅，在销售方面我不敢说有了深刻的了解，但通过学习使我理清了思路，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，例如最简单的例子，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。这次的实训，把书面上的知识与实际相结合，这样不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能力。实训是个人综合能力的检验。要想胜任这些工作除了课本上的理论知识功底深厚外，还需有一定的实践动手能力，操作能力。此次的实训，我也深深体会到了积累知识的重要性。现在，我们能做的就是多吸取知识，提高自身的综合素质。自己有了能力，到时候才会是“车到山前必有路”。今后社会需要的人才是一专多能，甚至是多专多能的人才，这一理念带给我的冲击就是：学海无涯，只有不停的学习新的知识，掌握新的技能，你才能被社会所接受，营销是一个很重视实践的专业，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”。所以学校组织我们参加实训是非常必要的。我们要重视对于任何营销的实践，总结经验，不断地提高自己。

## 市场营销综合模拟实训报告小结篇五

紧张而又充实的实训活动已经结束了，但我们的进步并没有因此而结束，因为在这漫长而又短暂的两周，我们收获了很多，同时也成熟了很多。此次《市场营销竞争模拟》实训采用simmarketing软件，正如飞行模拟软件可以让飞行员在一个无风险的环境下练习操作飞行器的技巧一样，simmarketing营销模拟教学软件可以让我们在一个虚拟的模拟现实的商业环境中，在一段集中的时间里演练我们所学习的营销理论和技巧，同样也不需要承担在现实生活中可能面对的风险。

利用simmarketing软件进行营销模拟运作，让我们主动地去理解和体验在课堂上学到的各种营销理论、分析工具和操作方法，自觉地从营销战略的高度去考虑问题，并且在模拟的过程中不断地分析市场环境、分析对手的策略、然后组织实施和修正我们自己的营销策略。通过营销模拟实训培养我们

的动手、动脑能力，以及我们的团队协作精神。该实训涉及公司的战略制定、产品研发、公司生产计划、品牌组合、价格制定、促销方案、营销渠道、团队沟通与建设等多方面，美国学生都能直接参与模拟的企业运作，体验复杂、抽象的经营管理理论、督促学生去发现机遇，分析问题，制定决策，组织实施，从而掌握管理的技巧，感悟营销的真谛，真正实现会用、管用、够用的培训原则。它要以统计与调研、市场营销与策划等专业课程的学习为基础，也是对这些专业课程的理解、领悟和实践。在可能实现的成功或者失败的结果的基础上，对于营销体系方法的不断运用体会，是simmarketing营销模拟教学软件的优势。

1，通过模拟，是我们能够综合运用所学的市场营销、企业管理、财务管理等知识。

2，增强了我们的市场竞争观念，训练了在变化的市场环境下，不断跟踪、调整营销战略和策略，保证营销计划实施和目标实现的能力。

3，培养了我们现代管理者必须具备的“团队精神”，是我们在模拟过程中学会与不同性格、不同能力的人合作，取长补短，齐心协力地为实现公司目标而工作。

4，通过对模拟过程与结果的总结与评价，是我们加深了对所学知识的理解，并认识自己在能力上的特点和掌握知识方面的薄弱点。

1 simmarketing的模拟过程分为多个季度逐渐展开。在模拟的开始，营销小组将得到经济新闻、市场调查研究报告、公司经营报告等消息。

2，营销小组根据各种信息分析市场机会和挑战，评估公司的优势和劣势，通过小组充分讨论发展公司的战略，然后做出具体的营销计划。

- 3, 小组的决策和竞争者的决策全部完成以后□simmarketing将模拟市场运作, 产生结果, 并且开始进入下一个季度。
- 4, 营销小组将以经济新闻、产业报告和公司经营报告的方式接收到上个季度的市场运作结果, 从而得到关于市场和竞争对手的详细资料。
- 5, 通过对于新信息的分析和战略技术的调整, 营销小组在接下来的几个季度中逐步完成持续的营销管理运作。

在为期两周的市场模拟实训课中□simmarketing软件为我们构造了完整的企业营销环境, 模拟在一个相同的宏观环境中的某个产业市场, 多个企业生产不同的商品相互竞争。我们分成若干个营销小组, 扮演企业的市场营销部门的负责人, 为企业营销部门制定相应的营销计划, 以保证企业的正常运作及利润最大化。在整个过程中, 我们学会了如何进行宏观环境分析、消费者分析、竞争分析和选择目标市场从而形成营销战略, 然后根据营销目标制定具体的营销计划。最后运行营销计划, 营销小组将看到其营销计划给企业及整个市场带来的后果, 并可在以后博弈过程中不断进行营销策略调整, 以在竞争中取得优势, 最终达到为企业创造价值的目标。