

2023年市场营销实训心得体会 市场营销实训活动心得体会(实用16篇)

军训心得是一份宝贵的纪念，记录了参与军训的点点滴滴，让我们回顾起那段充实而独特的经历。小编为大家推荐了一些精选的读书心得范文，这些范文或许能够给您带来新的思考和触发灵感。

市场营销实训心得体会篇一

市场营销实训活动是大学生实践能力培养的重要部分，通过参与实践活动，学生能够提高专业技能、增强团队协作能力，同时也能够更好地了解行业动态和市场需求。在参与市场营销实训活动的过程中，我深切地感受到了市场营销的重要性，同时也收获了诸多宝贵的经验和体会。

首先，市场营销实训活动让我深刻体会到了市场营销的复杂性和多样性。在实践活动中，我们需要根据市场需求和竞争对手情况来制定市场营销策略，然后通过各种手段来推广和宣传产品。这个过程中，需要我们持续关注市场动态，了解受众需求，同时也需要分析竞争对手的优势和劣势，找到差距并进行优化。这不仅需要我们具备市场分析和策划能力，还需要我们具备良好的沟通和协调能力，以及细致入微的执行力。

其次，市场营销实训活动让我深切体会到了团队协作的重要性。在实践活动中，每个人的任务和角色是各不相同的，只有团队成员之间紧密配合，才能够更好地完成任务。我曾参与过一次产品推广活动，我们团队中有策划、设计、推广、销售等不同角色的成员，我们充分利用每个人的优势，共同思考和讨论，最终制定出了一份行之有效的推广方案。通过这次活动，我不仅学会了如何团队合作，还提升了自己的沟通和协调能力。

再次，市场营销实训活动让我深刻认识到了市场营销的重要性。在今天竞争激烈的市场环境下，市场营销是企业获取竞争优势的主要手段之一。只有通过有效的市场营销策略和手段，企业才能够吸引更多的顾客，提高市场份额。在实践活动中，我切身体会到了市场营销的重要性，通过宣传推广和客户维护等手段，我们团队成功吸引了大量的潜在客户，并提高了销售额。这让我深刻认识到，市场营销对于企业的发展 and 竞争力至关重要。

最后，市场营销实训活动让我积累了宝贵的经验和体会。通过参与实践活动，我不仅学会了市场分析、策划和执行等基本技能，还学会了如何快速适应和应对市场变化，如何与客户进行有效沟通，如何通过市场营销手段提高销售额等。这些经验和体会将对我今后的职业发展产生重要的影响，让我更加有自信和能力应对市场的挑战。

总之，市场营销实训活动是大学生实践能力培养的重要环节。通过参与市场营销实训活动，我深刻体会到了市场营销的复杂性和多样性，同时也认识到了团队协作的重要性。我更加明确了市场营销的重要性，同时也积累了宝贵的经验和体会。通过这次实践活动，我相信我能够更好地应对市场的挑战，为企业的发展做出更大的贡献。

市场营销实训心得体会篇二

市场营销实训活动是大学期间非常重要的一门课程，通过实践操作不仅使学生能够更好地了解市场营销的理论知识，还能增强学生的实际应用能力和团队协作能力。我曾参与过一次市场营销实训活动，以下是我个人的心得体会。

首先，在市场营销实训活动中，团队合作起着至关重要的作用。在整个活动过程中，我扮演了市场营销团队中的销售经理。和团队成员一起，我们研究市场并制定了销售策略。团队成员的分工明确，每个人都有自己的职责。大家根据自己

的专长和优势进行任务分工，高效地完成了各自的工作。团队合作不仅能够集中各个成员的力量，还能够让我们相互学习，不断提升自己的专业能力。

其次，市场营销实训活动让我深刻体会到了“市场先导、营销为王”的重要性。在实践过程中，我们了解到了市场调研的重要性，只有通过调研了解市场需求，才能够针对性地制定营销策略。而营销策略的制定也需要综合考虑产品特点、价格策略、销售渠道等方面，只有全面考虑才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。在实践中，我们分析了竞争对手的情况并制定相应的对策，最终取得了很好的销售业绩。

再次，市场营销实训活动强化了我对市场营销理论知识的理解和应用。在课堂上学到的市场营销知识具有一定的抽象性，而通过实践活动能够将这些理论知识付诸于实际操作中，并使之得以验证和巩固。例如，我们在活动中遇到了一些销售困难，通过运用市场营销的基本原理，如市场细分、定位、市场调研等，我们能够更好地解决问题并改善销售业绩。通过实践活动，我不仅对理论知识的理解更加深入，还掌握了一些实用的市场营销技能。

最后，市场营销实训活动让我意识到了沟通和表达的重要性。在市场营销中，无论是与团队成员之间的沟通协作，还是与潜在客户的沟通交流，良好的沟通都非常关键。在实际操作过程中，我不断锻炼了自己的表达能力和沟通技巧，学会了如何与不同类型的客户进行有效的沟通和交流，学会了如何理解客户需求并做出相应的回应。通过这次实训活动，我不仅提升了我自己的沟通能力，同时也加深了我对沟通与表达在市场营销中的重要性的认识。

综上所述，市场营销实训活动是大学期间非常重要的一门课程。通过参与实训活动，我深刻体会到了团队合作的重要性，理解了“市场先导、营销为王”的原则，加强了对市场营销理论知识的理解和应用，并提高了沟通和表达能力。市场营

销实训活动的实践操作为我今后的市场营销工作打下了坚实的基础，并将成为我人生中宝贵的经验。

市场营销实训心得体会篇三

在市场营销实训的学习过程中，我收获了许多知识和经验，对市场营销的理解也有了更深层次的认识。通过实际操作和团队合作，我深刻体会到了市场营销的重要性和应用价值。在实训结束之际，我想总结一下我的经验与感悟，以便更好地应用到今后的学习和工作中。

首先，市场营销是一个需要综合能力的学科。在实训中，我明白了市场营销不仅仅是简单的销售和宣传，它是一个涵盖产品策划、渠道管理、价格定位、品牌建设等多方面的综合性学科。要做好市场营销工作，需要具备全方位的能力，包括市场调研分析、市场推广、销售技巧等。因此，今后我要不断提升自己的综合素质，加强自己的学习和实践经验，以应对市场竞争的挑战。

其次，团队合作是市场营销中的重要环节。在实训过程中，我深刻体会到市场营销的成功离不开团队的协同合作。团队中的每个成员都有自己的专长和优势，只有通过合理有效的协作，才能将各自的能力充分发挥出来，达到最大化的效益。作为一个团队中的一员，我要加强与其他成员的沟通和交流，共同解决问题，达到共同目标。

另外，市场营销需要有创新意识。在市场营销中，创新意识非常重要。市场环境和消费者需求都在不断变化，只有不断创新，才能适应市场的需求，保持竞争力。在实训中，我们团队时刻关注市场动态，积极创新产品和服务，通过不断改进和提升，获得了更好的市场反响。今后，我将继续保持创新意识，不断追求卓越，不断提升自己的市场竞争力。

最后，市场营销是一个实践性学科。在实训过程中，通过实

际操作，我真切感受到了市场营销的挑战和机遇。在竞争激烈的市场环境下，市场营销需要不断地实践和总结经验，才能逐渐形成有效的市场营销策略。虽然实训只是一个阶段性的学习，但是我深深明白，市场营销是一个需要不断实践的学科，只有通过实践，才能真正掌握其中的奥秘。

总之，市场营销实训让我学到了很多，也让我对市场营销有了更深入的认识。通过实际操作和团队合作，我明白了市场营销的重要性和应用价值，同时也提高了自己的综合能力和创新意识。在今后的学习和工作中，我将继续努力，不断提升自己的市场营销能力，为实现自己的职业目标作出积极贡献。

市场营销实训心得体会篇四

本次市场营销综合实训，起先，大家都很好奇这是怎么样的，而老师用玩个游戏就缓解了我们紧张的情绪。实训由男女搭配成一组，男生的积极进攻策略和女生的严谨保守策略相结合，取长补短。

实训的目的是理解市场分析及目标市场决策是企业营销的前提和基础；了解熟悉市场分析的思路和方法；掌握基于需求分析基础上的市场细分、市场定位的方法。

实训的过程非常有趣。经过了一开始的问卷调查，市场分析竞争者分析□swot,stp分析，正式进入的经营阶段。

首先在研发的环节，我本着走中低端路线的原则，并没有投入太高的技术研发费用。而在扩展市场时，我投入了较多的费用，建立了分公司并培训专门的销售人员。

然后要确定目标市场。刚开始的时候，有的人选择多个市场，但是为了提高知名度和市场开发，不得不花费大量的金钱，却只能刚好达到低档产品在超市渠道销售的资格，虽然量多，

但在某些地区缺乏竞争力，而我只选择了华东市场，通过多种广告媒体的投放，获得了较高的知名度，并以较低廉的价格销售，在华东市场上占有较大的份额。

接着是为产品进行定价，基于成本，和销售渠道的进入价格综合考虑，我制定了低端产品748元，中端产品858元的价格，但后来发现在激烈的市场竞争中，没有竞争力，只好降价。

在广告设计投放的环节着实让我一番苦恼，究竟怎么样才能把广告做出新意，费用怎么分配才最合理。最后我选择了推广度最高的媒体。

选择营销渠道时，因为一开始的知名度很低，所以超市和商场都进不去，我们只能在自由交易中心进行交易，在这里，竞争非常激烈，所以价格也只能压得很低。几次之后，发现其实无利可图，于是为了进入超市渠道，只好加大广告推广和市场扩展力度。但由于广告费用过高，导致我资金不足，货物积压，资金难以周转，根本无法经营下去，只好拜托其他小组暂时借钱周转。后来我吸取教训，在接到订单后进行生产，并且订单要积到一定数量再生产，否则会超过一年规定的生产次数。

招标中心也是个非常好的渠道，但是，这里的价格制定要非常用心，因为很多小组都在竞争，我给出的价格是750时，却被别的小组以748的价格中标，这其实就是对市场整体价格分析后得出的标价，既不太低，但又有优势。

营销是一门实践性很强的学科，书本上的知识终究是死板的，经过这样的实践训练，巩固了书本上的知识，如何定价，如何选定目标市场，资金在生产、研发、渠道、促销等环节如何进行分配，虽然在短暂的时间里无法做到全面考虑，但它无疑让我们动脑子去思考，凡事要有自己的想法，以及行动能力。在实训过程中，我不仅对书本上的理论知识有了深刻

的理解和认识，并且在实际操作中，也各个的动手能力得到了提高。一年做得比一年熟练。

在与小组同伴的合作中，我们从开始的磨合走到了最终的默契，两人相互并补充，共同决策。在以后的学习过程中，我们会更加注重自己的操纵能力和应变能力，多与这个社会进行接触，让自己更早适应这个陌生的环境，相信在不久的将来，我们都可以打造一片属于自己的天地。

市场营销实训心得体会篇五

市场营销是一个在现代商业中至关重要的领域。为了更好地理解市场营销的理论与实践，我参加了一次市场营销实训活动。在这次实训中，我不仅收获了与市场营销相关的知识和技能，还领悟到了许多宝贵的经验和心得。以下是我对这次市场营销实训活动的心得体会。

首先，市场营销实训活动帮助我更好地理解了市场营销理论。在实际操作中，我们需要了解市场的特点、消费者的需求以及竞争对手的优势等。通过实训，我学习到了市场调研、市场定位、产品定价、促销策略等实践操作。这使我对市场营销理论有了更加深入的理解，并且能够将理论运用到实际中去。

其次，在市场营销实训活动中，我发现与团队合作是至关重要的。参与市场营销的实践需要团队中每个人的积极参与和配合。在实训过程中，我们需要一起制定营销策略、分工合作、协商解决问题。与团队成员合作不仅增加了思维的碰撞和创造力的发挥，而且可以更好地完成任务。通过与团队成员共同讨论和决策，我认识到一个好的团队可以在短时间内完成更多工作，取得更好的市场效果。

第三，市场营销实训活动让我意识到了市场竞争的激烈性。在实训活动中，我们需要与其他团队竞争，争取销售业绩和

市场份额。这种竞争激励了我努力学习市场营销知识和创新思维，不断提高自己的竞争力。在实践中，我学会了分析竞争对手的优势和劣势，并根据这些分析调整自己的策略。市场竞争的激烈性也让我认识到市场营销是一个不断发展和变化的领域，需要不断学习和适应。

第四，市场营销实训活动教会了我如何将理论与实践相结合。在实训过程中，我们需要根据市场情况和实际需求制定相应的市场营销策略。这要求我们将理论知识与实际操作相结合，找到适合自己产品和目标市场的实践方法。通过市场营销实训活动，我学到了如何将市场营销理论运用到实际中去，并取得实际效果。这让我认识到理论与实践相辅相成，只有将二者结合起来才能取得最好的效果。

最后，在市场营销实训活动中，我认识到了市场营销的重要性。市场营销是企业获得竞争优势和增加市场份额的关键。通过实训活动，我深刻理解到了市场营销对于企业的重要性，并且对自己将来从事市场营销工作有了更加明确的职业规划。实训活动不仅提高了我在市场营销方面的知识和技能，还增强了我的职业素养和团队合作意识。这将对我未来的职业发展产生积极的影响。

总的来说，参加市场营销实训活动是我在市场营销领域提升自己的一次宝贵经历。通过这次实训，我不仅学到了市场营销理论与实践的相关知识，还感受到了团队合作的重要性、市场竞争的激烈性以及将理论与实践相结合的重要性。这次实训不仅对我个人的职业发展有了积极影响，也使我对市场营销领域有了更深刻的认识。我将继续努力学习市场营销知识和技能，锻炼自己的实践能力，为将来进一步发展和创新市场营销做出自己的贡献。

市场营销实训心得体会篇六

当今是经济社会，每一行业都需要对口知识与技能，实

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，一些烦琐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。

物流市场营销实训心得体会

市场营销实训心得体会篇七

本人对于这学期开设的市场营销实训总体感觉是从开始的好奇心态到后来的又爱又恨。所谓好的开始是成功一半，而坏的开始就是失败的全部。实训操作到最后才发现，资本就是一切，人脉才是正道。像我这种没摸清门道的人，投资广告的钱是利润的几倍，拼命抢市场找合作，以为销售量上去了便万事大吉了，结果才发现弱智原来是可以原谅的，因为那迷茫和无奈的表情已经够自嘲一阵子了。市场营销是门复杂的学科，市场选择市场开拓，市场调查，市场生产，市场竞争，再到产品销售。整个产品生产线的安排，品牌知名度，产品宣传，销售渠道等等，每个环节都能影响整个营销的结果。下面我将从4p中的三个角度来说我个人的心得体会。

产品方面

首先要进入一个市场，要进入市场调查，看看进入这个市场成功的机率多大，了解竞争对手要多少，竞争程度怎样，有没有出现垄断如果竞争过大则不宜选择。在我们第一次进行的模拟的时候，那个时候的西北市场因为各方面思维的惯性，很少同学选择这块市场，所以选择开拓这个市场的同学们得到了很大的利润，而在华南这块市场历来是商家必争之地，因此，只有不断的投入广告费用，品牌知名度达到别人无法超越的地步，你才有资本去跟人抢市场。经过几次模拟过后，有些同学才发现到开拓西北地区的好处，等到想要去开拓进入里，发现那里早已有人垄断了这个地区。其次，这次我们模拟的是手机市场的生产，我们要投资时要考虑选择哪个档次，低档，中档，高档，不然这个不同的档次不是说你想要

哪个就有哪个的，低档是必要的，若想要向上一级，我们则进行产品升级，产品升级无非就是投入资金，购买一些技术。从不同的档次来说，低档产品的利润率是最低的，高档是最高的。眼尖的同学发现了这一点，所以他的利润也不得了了。我也是后来才发现这一点的，不过这个利润的获取还得有个品牌知名度的支撑，不然，你没有这个你跟别人抢市场就是痴人说梦。最后一点，也是非常重要的一点，就是品牌知名度方面，跟现实中的一样，别人会购买某种品牌一般会选择信誉，品牌，性能各方面比较好的一个。在模拟中，品牌知名度就是商场，超市各个商家考虑与你合作与否的关键因素。在这个模拟中，品牌知名度则是通过打广告来提升的，你的广告费用越多，品牌知名度也就大，这是个正相关的关系。而在广告投放中，要选择不同的投放渠道，有电视，网络，户外，报纸等等，在选择某个媒介中，我们要考虑下传播率，也即有效的受众率。通过模拟中，我们发现户外中高速公路段的三面体广告宣传是最有效的，当然它的费用也是高的惊人。广告说到底是资金的运作，你只有肯下重本，品牌知名度也会有提升。

价格方面

对不同档次的产品，它们价格当然不同，而这个价格选择方面，我们考虑各个不同商场对价格的接受程度。比如说，有些商场规定高档的产品入场价格是1230。若是你高于这个价格，你在竞标时就会错失这个项目。因此，在制定这个价格时要制定各个商家中价格接受度最小的那个，这样一来，你就可以吃起所有商家的竞标。而在每年中可以有一次的调价行为，这也方便了我们与商场、超市的合作。

销售渠道方面

在促销这一块上，有一个指标需要我们要提前做好工作的，那就是进入某个市场时有个市场开拓度，这个市场开拓度决定了你以后这个市场的可销售量，如果你没有了解到这一点，

仅仅是凭促销手段来打开你的销售数量的话是非常局限的。所以，我们得先别人一步，因为在可销售数量方面有些是需要较长的年限的，你的产品经营的越久，开拓度也就越大。可销售量上去了，你今年的销售额也就增加了。

市场营销实训心得体会篇八

通过这次实训，使我从中体会到学习国际市场营销这门课程，理论上听懂的内容，在实际操作起来是有很大的难度的，而且要想做好营销工作，不仅要懂得其中的学问，而且也还要许多营销技巧。

我的公司名叫xoxo电子公司。我们卖的商品是手机，我们的品牌名字叫“gossipgirl”[]初始年拥有资金3千万，信用等级为aa[]开始的时候，要对市场进行选择，对于这一点，我对市场进行了分析，最后我们选择了西南地区，这个市场虽然产品需求量较小，但是竞争少。

然后，我们就进入了真正的营销模拟了，在进入这个环节之前，我对每个公司的信息进行了分析，发现果然不出我所料，选择华东、华南、华中地区的公司比较多，大家选择销售的产品基本同质。因此，我所选择的西南地区市场竞争不大，要好好的把握我选中的市场。

销售第一年结束，我们公司最终盈利。这一年，竞争较少，而我又研发中档产品，市场份额较大，因此订单较多，足够生产和盈利。我从中了解到，整个市场竞争是很激烈的，我们在选择目标市场时，要想在这竞争较激烈的市场上站稳脚，就要根据自己产品来定位目标市场，动作要快，产品也要更新快，只要落后自己竞争者一步就意味着市场占有率要少许多，所以自己的产品要尽快进入市场从而达到占市场的目的。

第二年。由于第一年的成功经营，我的信用升到aaa[]于是，我研发了高档产品，主要市场投入都在高档产品这一块。营

销前半段，由于资金充足，生产、投标、抢单都很顺利。但在后半段，由于没有估清自己的资金，接了一个较大的订单，而无法生产出相应数量的产品，无法交货，导致亏损。我从中了解到，有多大面就做多大饼。在经营过程中，正确的市场估计和资金估计是至关重要的，不能盲目的接订单，这样容易造成产品不够，无法交单的局面。这样会直接影响下一年的信用等级。

在严峻的竞争中，大家都训练得非常投入。从训练中我们得知，在企业在产品投入销售时。它是需要做大量的前期工作的准备与资金投入，如产品市场调查、市场分析、产品战略的使用到产品最终销售过程等，这些程序看似复杂，但它确实产品经营成功与否的关键之一；再而，就是成本的控制，企业的经营的目标就是盈利，如何取得最大利润，成本则是其途径之一。还有企业的决策者，必须对市场够敏感，眼快手快，能跟着市场的步伐走，至少不能是落后，这样你才能保持自身的竞争优势。若别人都在努力奋斗，你却还是一个蠢蠢欲动的蜗牛，那么你则会被竞争激烈的对手狠狠的抛到九霄云外。从中我体会到学习不仅要懂得理论上的知识点，还要和实践结合起来学，一步一个脚印的去做，弄懂每一个知识点，哪些做得好与不好的，都要进行总结，做得不好的要分析为什么没做好的原因。争取下次做好，只要长期这样做下去，自己会得到充实的同时，也让自己在学习实践中成长。

市场营销实训心得体会篇九

通过跟苏宁电器负责人反复沟通与协商，终极得到他们的认可。这一步比我们想象的难很多，由于企业考虑到我们是在校大学生，社会接触沟通能力不足，所以刚开始忌讳我们给人家做调查，经过我们的坚持和努力终极达成共叫：我们以一份固定问卷的方式，采取职员调查法，与被调查者采取面对面的沟通询问，我们做笔记，然后将所得资料进行回纳总结。这样加大了调查的难度，做起来真的很麻烦、很累。说

到问卷部分的设计和修改，真是有点盲目，原本以为就是出几个题目凑份问卷，没啥技术含量的事儿，但真正做起来的时候才感觉无从下手。由于以前没接触过问卷调查，再加上对热水器的了解甚少，小组成员通过上网调查，研究商讨，紧密分工与合作才使第一份问卷初稿完成。之后在单老师和王老师的帮助下，对问卷进行了的细心指导，才使我们加强了问卷设计方面的知识，终极完整的一份问卷出来了。接下来开始了紧张的调查部分，在这里有几点心得要跟大家分享一下：

□

由于这关系着访问的成功与否。着装要大方得体，干净整洁彬彬有礼，面带微笑，真诚与对方沟通，让他感受你的诚恳和热情，大方接受你的访问调查。

由于我们与被调查者是面对面交流，交流的主题可以突破时间限制，同时对于一些新发现的题目，尤其是争议比较大的题目，我们可以采取灵活委婉的方式，引导调查者的思路，迂回提问，逐层深进。

调查结果质量的好坏很大程度上取决于调查者本人的访问技巧和应变能力，所以我们在除了克服调查本身的困难，吃苦耐劳以外，还要加强自身的访问技巧。整个过***的很锻炼人。

在访问过程中由于调查者在场，因而既可以对访问的环境和被调查者的表情、态度进行观察，又可以对被调查者回答题目的质量加以控制，从而使调查资料的真实性和正确性大大进步。这要求我们秉着认真细心的态度往对待调查，不可马虎。

接下来进到了swot分析。这一环节我们采取了实地考察的方式，对苏宁、国美、同天、华北等卖场进行走访和考察，在面对面与销售职员沟通的基础之上，又从网上了解竞争品

牌的信息，牢牢围绕产品、价格、渠道、促销的模式，完善了知识储备，为小组调查报告的撰写打下了坚实的基础。在自身长见识的基础之上，圆满完成了任务。

通过这些天的实训生活，是我比较全面的了解了热水器的相关知识，开阔了视野，锻炼了胆量。另外通过实训活动，我也发现了自己不足的一面，比如：第一次接触市场调查与分析，没有头绪，感觉无从下手，多亏了小组其他成员的帮助；做事有时过于热情，没有做到不卑不亢；有时比较粗心爱忘事，这些都是我以后应该改进的地方。

最后，非常感谢学校及我们的指导老师在我们毕业进入社会前，给了我们这次锻炼自己，开阔视野的难得机会，这将对我以后的工作和生活产生积极而深刻的影响。

市场营销实训心得体会篇十

公司名称：福瑞喜环保设备有限公司

公司职位：市场部经理

具体工作：分析市场营销环境

转眼间，一周的市场营销实训结束了，给我留下的是无穷的回味和深刻的体会。这次的实训宗旨是“引领环保潮流，创造绿色家园”。随着社会的发展，科学的进步，人们的生活水平也不断提高，买车的人也日趋增加，所排放的尾气也越来越多，随之而来的是我们的环境也变得越来越暗淡，其中夹杂着越来越多对人体有害的物质，如固体悬浮微粒、一氧化碳、二氧化碳、碳氢化合物、氮氧化合物、铅及硫氧化合物等。一辆轿车一年排出的有害废气比自身重量大3倍。

近120xx年来，气候变暖已成为人类的一大祸患。冰川融化、水位上涨、厄尔尼诺现象、拉尼娜现象等都对人类的生存带来了严峻的挑战。而二氧化碳则是地球变暖的罪魁祸首。所

以保护环境是我们当前的首要任务，只有提高人们的环保意识，我们的家园才会得以保存，而我们公司经过研发，生产出一种新型的能进化尾气的环保净化器，把排放出的有害尾气经过净化设备的过滤后将有害气体及汽车排放的固体悬浮颗粒进行分解及吸收，大大降低了汽车尾气对环境的危害。为我们创造一个绿色家园。

做策划书之前，我们计划好了实训每天的任务，根据计划，我们在努力，每天都认真完成任务。首先我们分析了这次营销的环境，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，我们8个人，一起考虑，每个人都说出自己的看法，并且每人都要单独写一份自己的意见，不管正确与否，然后统一意见。环境分析完，我们也对这次确定的市场有了进一步的了解。接下来就是第二天的目标市场战略策划，由我们公司股东成员参与讨论，然后由我们公司目标市场部经理总结出了一份适合我们公司的策略，我们对我们的市场充满了信心，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。在进行“4p's”分析时，我们团体的8个人都在尽自己的努力，想尽办法努力开拓我们的市场。只有大家齐心协力才能发挥更好。当然，要做好一个策划，还需要对我们的创业进行预算，虽然我们并没有真正接触过企业的创业，没有看过企业的财务报表、财务分析等等，但是我们还是根据我们已有的市场，对我们的资金进行了一个预算。最后就是总结，通过总结，可以看到我们面对市场该从哪里入手，我们还有哪些不足的地方。

我是负责市场分析的，说实在的在我们这一组压力挺大的，因为我们公司股东实力都很雄厚，要是我的市场分析做的不好就意味着我们公司的信誉度以及下面的工作该如何继续，毕竟下面的那些部门全都是依附于市场分析去展开的，都是环环相扣的。所以我的任务很重，还记得第一天实训时，老师给我们布置好了任务后，我们公司成员很积极的还留下来

一起讨论了我们的工作计划，我们还单独为我们建立了一个qq群，以便交流，并且还统一时间一起上网在网上讨论第二天要做的任务，我们这组的工作任务都是提前一天准备好的，我们这组的工作人员都很负责，我做的那份分析报告还得多亏各位股东的参与，我们那组可有意思了，在做市场分析的时候，全部股东成员在我耳边给我说怎么怎么写，我就在那里沉思，他们就觉得给我说了这么多我也记不得，于是他们很有人情的就把自己的意见全都各自写了一份让我总结，我说好啊，然后又给我讲解我们公司是干什么的，然后给我说了让我对我们公司有了了解之后才一起离开，因为我们这组第一次在网上参加讨论的时候我没参与到，由于没加上我们公司的qq群，所以还一直都觉得挺不够意思的，不过后来我都按时参与了讨论，记得等我把市场分析总结出来了之后还让公司成员到网吧把分析报告打在桌面上，然后把分析报告在发给公司成员看，看了之后再提建议，大家都参与了讨论，我就等他们给我修改，然后再做总结，在这次实习中，过程是辛苦的但结果是幸福的，我很欣慰的是能和这么一组有责任感的人共事。

这几天实训虽没都在教室上但真的很累，但有一句话是这么说的“累并快乐着”，虽然说很苦，但是这几天我过得很充实，而且我有机会将我在书本上学到的东西应用到实践中去，同时也学到了许多书本上学不到的东西。这次实训也大大提高了我们公司股东的凝聚力，我在这一次的实训中，对我们班的股东有了进一步的了解，同时也拉近了我和一些同学的关系，在人生的道路上我又多了几笔财富。

总之，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怎样去配合一个团体，这为我们以后面对社会打下了基础。这次的实践经历使我们终身受益，给我们积累了经验，能够让我们更好地面对未来。并且这次的实训给予了我不同的学习方法和体验，让我深切的认识到实践的重

要性。在以后的学习过程中，我会更加注重自己的操作能力和应变能力，多与这个社会进行接触，让自己更早适应这个陌生的环境，相信在不久的将来，可以打造一片属于自己的天地。

市场营销实训心得体会篇十一

实训的目的是理解市场分析及目标市场决策是企业营销的前提和基础；了解熟悉市场分析的思路和方法；掌握基于需求分析基础上的市场细分、市场定位的方法。

实训的过程非常有趣。经过了一开始的问卷调查，市场分析竞争者分析□swot,stp分析，正式进入的经营阶段。

首先在研发的环节，我本着走中低端路线的原则，并没有投入太高的技术研发费用。而在扩展市场时，我投入了较多的费用，建立了分公司并培训专门的销售人员。

然后要确定目标市场。刚开始的时候，有的人选择多个市场，但是为了提高知名度和市场开发，不得不花费大量的金钱，却只能刚好达到低档产品在超市渠道销售的资格，虽然量多，但在某些地区缺乏竞争力，而我只选择了华东市场，通过多种广告媒体的投放，获得了较高的知名度，并以较低廉的价格销售，在华东市场上占有较大的份额。

接着是为产品进行定价，基于成本，和销售渠道的进入价格综合考虑，我制定了低端产品748元，中端产品858元的'价格，但后来发现在激烈的市场竞争中，没有竞争力，只好降价。

在广告设计投放的环节着实让我一番苦恼，究竟怎么样才能把广告做出新意，费用怎么分配才最合理。最后我选择了推广度最高的媒体。

选择营销渠道时，因为一开始的知名度很低，所以超市和商场都进不去，我们只能在自由交易中心进行交易，在这里，竞争非常激烈，所以价格也只能压得很低。几次之后，发现其实无利可图，于是为了进入超市渠道，只好加大广告推广和市场扩展力度。但由于广告费用过高，导致我资金不足，货物积压，资金难以周转，根本无法经营下去，只好拜托其他小组暂时借钱周转。后来我吸取教训，在接到订单后在进行生产，并且订单要积到一定数量再生产，否则会超过一年规定的生产次数。

招标中心也是个非常好的渠道，但是，这里的价格制定要非常用心，因为很多小组都在竞争，我给出的价格是750时，却被别的小组以748的价格中标，这其实就是对市场整体价格分析后得出的标价，既不太低，但又有优势。

营销是一门实践性很强的学科，书本上的知识终究是死板的，经过这样的实践训练，巩固了书本上的知识，如何定价，如何选定目标市场，资金在生产、研发、渠道、促销等环节如何进行分配，虽然在短暂的时间里无法做到全面考虑，但它无疑让我们动脑子去思考，凡事要有自己的想法，以及行动能力。在实训过程中，我不仅对书本上的理论知识有了深刻的理解和认识，并且在实际操作中，也各个的动手能力得到了提高。一年做得比一年熟练。

在与小组同伴的合作中，我们从开始的磨合走到了最终的默契，两人相互并补充，共同决策。在以后的学习过程中，我们会更加注重自己的操纵能力和应变能力，多与社会进行接触，让自己更早适应这个陌生的环境，相信在不久的将来，我们都可以打造一片属于自己的天地。

市场营销实训心得体会篇十二

市场营销又称为市场学、市场行销或行销学[mba]emba等经

典商管课程均将市场营销作为对管理者进行管理和教育的重要模块包含在内。下面是本站带来的市场营销实训的心得体会，仅供参考。

从20xx年12月5号~12月16号，我们市场营销专业进行了为期2个星期的专业实习，我们实习共分为两个产品项目(护肤品和电冰箱)。虽然实习是在学校机房中进行的(与最先自己以为是在现实中进行营销实习不同)，得到的却是比现实生活的营销实习更多更深刻的认识与技能。即使此次实习是通过电脑软件逼真反映市场营销的运作(不是真实的)，但它让我更加明白了市场营销绝不是普罗大众认为的那种仅仅是所谓的“卖东西”或者是“推销产品”，也不再仅仅局限于记住书本上所说的市场营销包含产品的开发设计一直到产品推向市场，最后消费者消费的一系列环节，而是真正体会到这种过程，而这种过程或许是不能通过现实中的营销实习得到的(因为没有哪个公司或企业会允许在读本科生对其面向消费市场的产品进行开发设计，而且我们也没这个能力)。

但终究而言这也只是模拟。通过这次的实习经历，我觉得它与现实还是有所出入的，并不能真正地反映真实的市场运作，即使有些组得分很高，市场占有率一直居高不下，但也仅仅是模拟而不属于现实。虽然马克思主义教导我们客观事物(经济市场)是有规律的(这套软件或许就是通过这种规律进行运作)，但客观现实也是有所出乎意料的。比如说，我以前在一本介绍史玉柱的书中得知，曾经他开发出汉卡软件是通过花费巨额广告支出来推广产品的知名度，提升产品的竞争力，包括后来被人一直所诟病的脑白金广告，但依然无法阻止他的成功。此次在电冰箱产品项目的运作上，我也试图效仿这种运作方式来打开市场，但结果却是失败的，仅仅一季度的试验就使公司一蹶不振。可我并不否认它对于电冰箱的产品知名度和市场占有率的提高有帮助，但结果证明终究是完全不同于史玉柱通过广告打响市场而得到的的那种漂亮而近乎完美的结果。这或许也是模拟与现实的差别所在。另外我觉得这套实习软件没能体现出消费者消费过程的心理状态，

也是一种不足之处吧。

企业销售商品的必要外部条件之一是该商品存在着市场需求。人们把具备这个条件的商品称为是适销对路的。只有存在市场需求，商品才能销售出去。某种商品的市场需求，是指一定范围的所有潜在顾客在一定时间内对于该商品有购买力的欲购数量。如果某种商品的市场需求确实存在，而且企业知道需要的顾客是谁，在哪里，就可以顺利地进行商品销售。通过今天的市场营销实训让我深深的明白：“怎样才能成为一个成功的营销人员”市场营销是一门综合性很强，灵活性很强的学科。可以使我们充分的挖掘自身的潜力。刚开始老师对今天的内容做了简单的介绍和全程的操作是我们对今天的学习内容产生了兴趣并有了一个整体的轮廓，并收集了相关的信息和资料。

开始了我选择了东北地区作为我的目标市场结合了3000万启动资金并进行了市场调查分析采用了问卷调查的手段，结合了该地区的人口特点对手机的供求市场进行总体的分析，对竞争进行分析□swot分析等，一切的营销都以营利为目的。现在我不是一个人，而是一个企业的领导者。销售策略对一个企业的生存有重要意义，通过定价策略，销售策略，产品策略。等控制企业的发展的强大。开始我就遇到很大的困难，由于企业的市场占有率低，是企业进入困境，我发现销售渠道的重要性，我选择开辟华东地区作为新的目标市场，并采取广告策略，但手机的生产成本较高没有做好预算导致企业再次陷入绝境。后来在同学的帮助下我结束这次训练，虽然错误连连，企业也没有盈利可是我总结了经验对下一次的训练做好了总结。

在第二次的模拟试验中，我防微杜渐，首先不再将公司的产品局限于低档产品而是生产高中档产品，利用广告效益增加市场份额，我注意抓住市场，发挥市场潜力。我发现一名经营者要做到准确的把握市场，制作优良的营销的方案，绝对的告别纸上谈兵，抓住经验，一个创业经营者要有一定的规

划，如果盲目的生产或盲目的销售，只会适得其反。

1在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。

3要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争对手，利于不败之地。

4既要制定较长期的战略计划，决定企业的发展方向和目标，又要有具体的市场营销计划，具体实施战略目标。

5企业的营销不是一个人的事情，而是需要一个团队。发挥整体的力量。

以上就是我对营销实战的简要总结。

一周的实训虽然困难重重，却让我受益匪浅，我深深的了解到每一个创业者的艰难，经历了巨大的压力和不懈的努力。要成功就必须有充足的准备。还要具有对市场的洞察力，创新意识和管理的才能，把握每一次机会。

转眼间，三周的市场营销实训已经结束了，三周时间虽然不长可是也不短，可是在我看来确实如此的短暂。三周的实训虽然结束了，但是却给我留下的是无穷的回味和深刻的体会。这次的实训我们主要是以小组的形式进行展开的，老师的目的主要是想培养我们的团队精神。同时我们这次展示成果时是以个人为代表展示及讲解小组的成果。这样大大的培养了我们个人的自我展示能力及说话能力。

我们团体一共有五个人，可是因为有一名成员生病回家没有能够参加。可是我们并没有气馁，我们依然是认真的去完成这次实训中的每一次任务，并且力争做得做好。

我们的第一次的实训主要是进行行业分析。我们小组选择的

是互联网电视。当我们确定主题后就进行了相应的分工，我们有的收集资料，有的整理资料，有的开始做着相应的市场竞争者的分析，有的作报告，有的做幻灯片等等。总之，在我们的有效的分工合作下，第一次的成果呈现了出来，当时我们每一个人的脸上都露出了笑容，并且还充满了希望。

第二天，我们的成果上台展示，并且我们都觉得还不错，可是哪相应的也发现了不少的缺点。当我听着接下来的小组的展示时，我突然觉得他们的有些方面是值得我们借鉴和学习的。当然相应的我们也发现了他们的不足之处。我想这就是让我们看见了彼此的优缺点，而促使我们各小组间的取长补短吧！可当老师点评时，在她的眼里我们好像没有了任何的优点，完全都是我们的不足，怎么说我当时的心情呢？就像是我高高兴兴的出门却被别人迎面泼了一盆冷水市场营销实训报告 心得体会。心里还的真不是滋味。不过越听越觉得老师说的有道理，特别是在点评自己小组时听的是更加的仔细，害怕错过一点。

回来之后，不知怎么的虽然老师全是说的我们的不足，没有一点赞赏，可是我们的兴致更加浓厚。说也奇怪，这时我们每一个人在自己的心中都已立志，并且都是要做好下一次的实训任务，好让老师对我们刮目相看。

我们的第二次的任务就是××行业的营销环境分析，这次主要围绕的是swot分析。因为我们在第一个任务时就已经对该行业进行了简单的swot分析了，加上这次的任务我们都觉得不是特别的多，我们就相信我们一定可以做的更好。在进行分析营销环境时，我们一起思量，每个人都说出自己的看法，不管不错与否，然后统一意见。当然的我们也针对其相应的营销环境作出了小组的营销战略。

在展示的时候当然还是存在着不足，可是我们似乎已经明白和了解的更多了，在面对老师点评时我们也是集中了十二分的精神，认真的听，好做修改。

第三次我们的任务时制作问卷调查，当然我们的第一点还是确定我们所选行业。经过我们的问卷设计，以及老师的讲解与点评我了解到问卷大设计的注意事项。如：要注意礼物，格式必须正规。问卷的内容就是要特别注意对象的甄别，因为我们这次主要针对的是长江师范学院大学生的问卷调查。还有就是他是否有着一消费习惯。如果没有将终止调查文章市场营销实训报告。还有就是问题的设计必须精简等一些列的问题。要让受调查者有一种轻松愉悦的感觉。

经过这一次的问卷设计，的确，我们还是存在着一些列的问题，可是我们这次所有的人好像都是专门去听老师讲解和分析我们的不足之处。

第四次的任务比较重，我们这次做的就是了解涪陵一些超市所采取的价格策略，要了解他们所采取的价格策略当然就要进行实地的考察，我们首先去的是新世纪，我们选择的是洗发水行业。我们首先自己观察他们的容量及价格，特称等。还有向导购员了解他们的畅销情况，还有就是问问他们主要采取的那些相应的价格策略。然后我们就去了重百超市。也是去做了相同的事。

虽然我们这次的市场调查比较顺利，可是听说我们班其他小组就不是那么顺利啦。不管怎样我们都顺利的完成啦，这次的实地调查，让我了解到与人打交道也是一门学问，要注意自己的语气和说话方式，在外面的市场上，他们不是你的老师、同学，他们是很介意你的说话用语的，还有也很介意你的说哈方式。不会给你任何面子。所以，与人交往也是一门学问！

最后一次的任务是综合性的，就是我们学校周边的某一行业的营销设计方案。我们首先就是对其行业的了解、分析、最后得出相应的营销设计方案。这次的营销设计方案，要求的是新颖、并且具有特色。我记得在其我们上台展示前我们前一天的晚上凌晨的12点还在想我们该其行业在元旦期间做什

么营销设计方案。这一次的努力让我明白知识产权的问题。要设计出一份具有意义又具有新颖和企业接受的设计方案是需要多么大的努力和时间。同时设计也是需要灵感的，要具有新颖与创新就必须突破传统。不能按部就班。要有自己的特色。

在最后，我们结合了所有学营销的班级体，在实验楼挑选了部分优秀作品做了相应的展示，在他们的展示的同时也让我看到了他们的优点，是值得学习的。同时也举行了相应的颁奖仪式。算是为我们这次试训的圆满结束画上完美的句号！

为期三周的实训在我们的努力与成长中结束了，可是在这次的实训的精神却永远的留在了我们的心里。这次实训中让我们把书本上的知识运用到了实际，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。通过团体合作，我们懂得了合作的重要性以及懂得了怎样去配合一个团体，在这次的实训中我们的团队精神可以说也是发挥的淋漓尽致。这为我们以后面对社会打下了基础。这次的实践经历使我们终身受益，给我们积累了经验，能够让我们更好地面对未来。的确，实训是结束了，可是实训中的种种确实在我们的心中牢牢记住。也让我们在以后的生活中更够更好的发挥。这次实训，让我受益匪浅！

市场营销实训心得体会篇十三

市场营销策划是一门综合性很强，灵活性很强的学科。让我带大家体会一下市场营销策划实训吧，下面是本站带来的市场营销策划的实训心得，仅供参考。

企业销售商品的必要外部条件之一是该商品存在着市场需求。人们把具备这个条件的商品称为是适销对路的。只有存在市场需求，商品才能销售出去。某种商品的市场需求，是指一

定范围的所有潜在顾客在一定时间内对于该商品有购买力的欲购数量。如果某种商品的市场需求确实存在，而且企业知道需要的顾客是谁，在哪里，就可以顺利地进行商品销售。通过今天的市场营销实训让我深深的明白：“怎样才能成为一个成功的营销人员”市场营销是一门综合性很强，灵活性很强的学科。可以使我们充分的挖掘自身的潜力。刚开始老师对今天的内容做了简单的介绍和全程的操作是我们对今天的学习内容产生了兴趣并有了一个整体的轮廓，并收集了相关的信息和资料。

开始了 I 选择了东北地区作为我的目标市场结合了 3000 万启动资金并进行了市场调查分析采用了问卷调查的手段，结合了该地区的人口特点对手机的供求市场进行总体的分析，对竞争进行分析□swot 分析等，一切的营销都以营利为目的。现在我不是一个人，而是一个企业的领导者。销售策略对一个企业的生存有重要意义，通过定价策略，销售策略，产品策略。等控制企业的发展的强大。开始我就遇到很大的困难，由于企业的市场占有率低，是企业进入困境，我发现销售渠道的重要性，我选择开辟华东地区作为新的目标市场，并采取广告策略，但手机的生产成本较高没有做好预算导致企业再次陷入绝境。后来在同学的帮助下我结束这次训练，虽然错误连连，企业也没有盈利可是我总结了经验对下一次的训练做好了总结。

在第二次的模拟试验中，我防微杜渐，首先不再将公司的产品局限于低档产品而是生产高中档产品，利用广告效益增加市场份额，我注意抓住市场，发挥市场潜力。我发现一名经营者要做到准确的把握市场，制作优良的营销的方案，绝对的告别纸上谈兵，抓住经验，一个创业经营者要有一定的规划，如果盲目的生产或盲目的销售，只会适得其反。

1 在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。

3要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争对手，利于不败之地。

4既要制定较长期的战略计划，决定企业的发展方向和目标，又要有具体的市场营销计划，具体实施战略目标。

5企业的营销不是一个人的事情，而是需要一个团队。发挥整体的力量。

以上就是我对营销实战的简要总结。

一周的实训虽然困难重重，却让我受益匪浅，我深深的了解到每一个创业者的艰难，经历了巨大的压力和不懈的努力。要成功就必须有充足的准备。还要具有对市场的洞察力，创新意识和管理的才能，把握每一次机会。

我们的实训，在这周终于告一段落，这写日子以来我们的课程真的比较少，但是我个人觉得这些天却是异常的累，但有一句话是这么说的“累并快乐着”，虽然说很苦，但是这几天我过得很充实，而且我有机会将我在书本上学到的东西应用到实践中去，同时也学到了许多书本上学不到的东西。这次实训也大大提高了我们班的凝聚力，让我们更加的注重的团队精神。

从我们确定主题、计划、与店家进行商讨、问卷设计与修改、整理分析数据和撰写调查报告、以及我们后期的策划方案。这一系列的活动过程都是以8人组成的团队进行的一次真正意义上的调查活动，充分发挥了我学习的主动性和积极性，锻炼了我的组织能力和实践能力。

其实我们在面对确定我们主题时就发生了很大的争议，有的认为这样有的认为那样的产品比较好，这期间我们曾今就是选择的爱国者t700不过后来发现这一品牌我们无法与厂家进行实际的交流，后来经过我们全体人员的讨论与分析走访，

最后终于确定了我们此次实训的主题，那就是稀奇古怪店，我们一致认为它不仅益智还有诙谐、幽默，更是具有市场前景。经过主题确定后，我们就渐渐开始做我们的实训。

虽然在实践的过程中碰到了很多钉子，对实践的内容没头绪，制作过程不知道该如何着手，同学及老师对我们的评价与批评……种种的问题困扰我们，有时候的我甚至有点不知道所措，就在这时，我的团队他们来了，给我提供了灵感，从他们哪里我看到了问题的另一面，当然，我相信其他的队员他们也是这样。切实的体会到了彼此的好。

当然我们队员间除了默契的配合外，当然也有一点的问题而吵得面红耳赤，总有那一股让对方理解自己的见解，并且同意。虽然对问题的看法有不同的观点，但是很快也能达成共识，为了这一份团体的作业，努力着。

另外我们还有与老师的交流，老师帮我们分析我们的情况，我们该怎么着手去做这些事，当然老师也是必须知道我们的思路，看看我们的见地是怎样？加以分析与讲解，当然在这期间我们也是为了一个简单的问题争的是面红耳赤的。

除了我们团队本身带来的一些列困难，我们还面临着消费群体的不理解，我记得我在发前几份问卷时，总是碰钉，他们都是以各式各样的理由拒绝我，可是后来慢慢的就算那些不大愿意填写问卷的人，我也能够在他们哪里得到我想要的问卷调查的结果。自己的问卷也是越来越顺畅，几乎再也没有碰壁的情况发生了。从这我知道了原来发问卷也是一门很深的学问，怎样才能让别人不拒绝你，是需要充分发挥你的应变能力和社交能力的。自己在这其中的社交能力也得到了很大的提高。

这一切的一切都是我们在这次实训时面对的困难与问题，但是我们不但没有泄气，反而这更让我们振作精神对待问题。我明白老师和同学的评价和批评是为了让我们个更完美的实践

调查。

我们这次学习了营销策划实训的教学实践，利用了理论和老师提供的平台，去应用和创造，发挥了我们的优势，丰富了我们的教学。经过这次充满挑战机遇的教学实践，锻炼我们的实际工作能力，提高了我的社交能力，写作能力，更让我提高了组织能力。我还学会了遇到困难该如何面对并去解决，这让我提高了分析能力。此外，还让我巩固了专业知识，学会了如何运用理论与实践相结合。另外，我们还再一次的利用和分析了一下spss。spss对我们大多数的人来说都已经变得很陌生了，不过这一次的利用，又让我们不少的人重新的学习和复习了一下我们上学期学的spss软件。这次的数据分析我们比以前变得更加的专业，我们也更加的知道该怎样的分析这些的数据表。大大的提高了自己在这方面的学习与应用，这样看来我们比上一次的应用是更加的准确与有方向感。知道该何去何从。

经过了前期的报告的分析与总结后，我们发现了市场是怎样的，我们对于我们所选的稀奇古怪店有了进一步的掌握，我们知道该从什么方面出发，我们从我们的问卷和市场报告，知道了我们的消费者的一些问题，当然也针对着一些列的问题进行了专门的研究与分析。后来，我们面对着一些的问题，把我们的报告给我们的老师讲解。

后来，我们就进入了我们的关键的环节，也就是我们的方案的策划，当然这一工程不是我们一个两个就可以完成的，这时候我们的团队一起来努力，我们分工与综合。我们把这一方案的板块分下去，在我们团队的努力之下，我们的策划方案出来了，最后我们在一教室里进行集体的讲评与交流。

总之经过这次的实践，让我学到了很多以前从未学到过的知识。让我开动了脑筋并投入到此次调查活动中，积极发挥了我们专业的优势，同时也大大的提高了自己个人方面的能力。实训虽苦，可是我乐在其中。

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 and 价值以获取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！

经过两个星期的策划实习，我深深的感觉企业策划是提高市场占有率的有效行为，如果是一份创意突出，而且具有良好的可执行性和可操作性的企业策划案，无论对于企业的知名度，还是对于品牌的美誉度，都将起到积极的提高作用。

在策划过程中我体会到策划有：创意策划。出点子、拿主意，想出个好办法。 公关策划。运筹、谋划一件事，从头到尾，做出方案，一步一步实施。 市场策划。通过思想、运作，借助媒体、工具、关系，制造一种新事物，并且让之广泛流行。 战略策划。通过长期调查研究，汇聚学、商、政界思想，进行预测、规划， 制定方案， 为重大事件提供全局性的情报咨询、 信息总汇、 决策方案和实施规划。 谋略策划。为点子策划、公关策划、市场策划、战略策划等提供总体思路、运作方法、实施准则和操作手段。

要想写出一份出色的策划，对策划人在知识水平和工作能力上都有很高的要求： 首先知识能力要求 ，企业策划人要具有策划学、广告学、经济、文 学、政治、思维学等方面的相关知识。对于各种情况和多种信息进行科学的分析和判断，对事物变化的趋势作出准确的评估。有远见卓识和创造力，敢于大胆提 出具有构思严谨、设计别致、选择合理的企业策划。 其次，实际能力要求。策划是一门科学，更是一种艰苦的具有创造性的思维活动和脑力劳动，所以企业策划人要具备较强的实际工作能力。 第一， 掌握策划书的制作方法和写作技巧。 能把策划书中封面、序文、宗旨、内容、预算、

策划进度表，有关人员职务分配表，策划所需的物品及场地、策划的相关资料等内容统一结构起来。在策划书中不能透露企业策划的核心机密。第二，全面掌握企业策划的基本程序和要求，能独立完成设定问题(课题)与目标、环境分析、组织实施、效果评价与反馈策划工作。在产品策划上，能从设想出发，经过评估、择优，再经不断考验、修改，最后获得有竞争力的新产品等等。

经过这段时间的学习，我深感做一个的企业策划人，要经过很大的努力，我也将在以后的学习和生活中不断去提升自己！

市场营销实训心得体会篇十四

转眼间，三周的市场营销实训已经结束了，三周时间虽然不长可是也不短，可是在在我看来确实如此的短暂。三周的实训虽然结束了，但是却给我留下的是无穷的回味和深刻的体会。这次的实训我们主要是以小组的形式进行展开的，老师的目的主要是想培养我们的团队精神。同时我们这次展示成果时是以个人为代表展示及讲解小组的成果。这样大大的培养了我们个人的自我展示能力及说话能力。

我们团体一共有五个人，可是因为有一名成员生病回家没有能够参加。可是我们并没有气馁，我们依然是认真的去完成这次实训中的每一次任务，并且力争做得做好。

我们的第一次的实训主要是进行行业分析。我们小组选择的是互联网电视。当我们确定主题后就进行了相应的分工，我们有的收集资料，有的整理资料，有的开始做着相应的市场竞争者的分析，有的作报告，有的做幻灯片等等。总之，在我们的有效的分工合作下，第一次的成果呈现了出来，当时我们每一个人的脸上都露出了笑容，并且还充满了希望。

第二天，我们的成果上台展示，并且我们都觉得还不错，可

是哪相应的也发现了不少的缺点。当我听着接下来的小组的展示时，我突然觉得他们的有些方面是值得我们借鉴和学习的。当然相应的我们也发现了他们的不足之处。我想这就是让我们看见了彼此的优缺点，而促使我们各小组间的取长补短吧！可当老师点评时，在她的眼里我们好像没有了任何的优点，全部都是我们的不足，怎么说我当时的心情呢？就像是高高兴兴的出门却被别人迎面泼了一盆冷水。心里还的真不是滋味。不过越听越觉得老师说的有道理，特别是在点评自己小组时听的是更加的仔细，害怕错过一点。

回来之后，不知怎么的虽然老师全是说的我们的不足，没有一点的赞赏，可是我们的兴致更加浓厚。说也奇怪，这时我们每一个人在自己的心中都已立志，并且都是要做好下一次的实训任务，好让老师对我们刮目相看。

市场营销实训报告 心得体会 市场营销实训报告 心得体会

我们的第二次的任务就是××行业的营销环境分析，这次主要围绕的是swot分析。因为我们在第一个任务时就已经对该行业进行了简单的swot分析了，加上这次的任务我们都觉得不是特别的多，我们就相信我们一定可以做的更好。在进行分析营销环境时，我们一起思量，每个人都说出自己的看法，不管不错与否，然后统一意见。当然的我们也针对其相应的营销环境作出了小组的营销战略。

在展示的时候当然还是存在着不足，可是我们似乎已经明白和了解的更多了，在面对老师点评时我们也是集中了十二分的精神，认真的听，好做修改。

第三次我们的任务时制作问卷调查，当然我们的第一点还是确定我们所选行业。经过我们的问卷设计，以及老师的讲解与点评我了解到问卷大设计的注意事项。如：要注意礼物，格式必须正规。问卷的内容就是要特别注意对象的甄别，因为我们这次主要针对的是长江师范学院大学生的问卷调查。

还有就是他是否有着一些消费习惯。如果没有将终止调查。还有就是问题的设计必须精简等一些列的问题。要让受调查者有一种轻松愉悦的感觉。

经过这一次的问卷设计，的确，我们还是存在着一些列的问题，可是我们这次所有的人好像都是专门去听老师讲解和分析我们的不足之处。

第四次的任务比较重，我们这次做的就是了解涪陵一些超市所采取的价格策略，要了解他们所采取的价格策略当然就要进行实地的考察，我们首先去的是新世纪，我们选择的是洗发水行业。我们首先自己观察他们的容量及价格，特称等。还有向导购员了解他们的畅销情况，还有就是问问他们主要采取的那些相应的价格策略。然后我们就去了重百超市。也是去做了相同的事。

虽然我们这次的市场调查比较顺利，可是听说我们班其他小组就不是那么顺利啦。不管怎样我们都顺利的完成啦，这次的实地调查，让我了解到与人打交道也是一门学问，要注意自己的语气和说话方式，在外面的市场上，他们不是你的老师、同学，他们是很介意你的说话用语的，还有也很介意你的说哈方式。不会给你任何面子。所以，与人交往也是一门学问！

市场营销实训心得体会篇十五

“市场营销学”这门课程在大二第一个学期我们学完了，之前我总是以为市场营销和我们的距离很远，因为我们还是在校的学生，而且专业是金融，所以学习的兴趣不是很大，但是在老师每节课讲的案例和一些理论知识之后，我对市场营销学这门课产生了极大的兴趣。

在大学最早接触营销理论是在大一参加比赛的时候，在大一第一个学期，我参加“联通杯——校园模拟招聘大赛”，因

为平时我看的书比较多，所以提前了解什么是swot理论，在制作参加比赛的简历时，我不想和其他选手简历做的形式一样，所以就用swot理论分析了自身的一些条件，自己的弱势。强势。机遇和挑战。虽然那次比赛我拿了三等奖，但是那晚联通公司的评委都说对我的简历记忆最深，这给了我很大的鼓励，这是第一次我大胆的运用自己浅薄的营销理论知识参加比赛，不但收获了惊喜，从此我对swot理论也有很深的记忆。

在之后“职业规划大赛”中，我又看到了这个理论，第二次把它运用到自己的参赛作品中。其实，我在课余时间深入的自学了swot分析法，及态势分析法，是由20世纪80年代美国旧金山大学的管理学教授韦里克提出的，经常被用于企业战略制定。竞争对手分析等场合。我也学习到了用swot分析中国电信的案例。在大一下学期中，我和大二的同学组队参加“市场营销大赛”，再次深入学习了swot—clpv分析法，这一模型是在swot模型的基础上稍作修改而成的一个模型。这种分析方法是一种能够比较客观而准确分析一个企业现实情况的方法。利用这种方法可以从中找出对自己有利的值得发扬的因素，以及对自己不利的如何去避开的东西，发现存在的问题，找出解决的办法，并明确以后的发展方向。并且在于学姐们交流比赛的过程中，我还学习到了很多东西（4p（产品价格分销渠道促销）理论和4c（顾客成本方便沟通）理论，第一次觉得营销方法也是这么的有意思，而且理论虽然简单但是运用起来要分析个体的差异。

在大二的第一学期，我们正式开了市场营销学这门课，在课堂上系统学习很多营销的理论知识听到老师精彩的分析很多营销案例，其中让我印象最深的是，老师告诉我们这些营销方法和手段在实践中运用很多，让我们过节去逛街的时候，留心一下身边的打折情况，并且在课堂上为我们提供很多种类的降价打折情况供大家学习参考，从不同的选择中教会我们很多东西，让我的感悟很多，让我觉得营销不简简单单的

是理论的运用，更多的是一种手段一种艺术。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。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。

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

购买行为和心理以后，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。

除此之外，我觉得“市场营销学”这门课的定义是在一个市场运作中关于产品流动的一门学科，但是在实际的生活，营销这个概念是多么的重要，我们是大学生，面临毕业后的严峻的就业问题，我们如何在人才激烈竞争市场中，将自己很快的推销给企业，让一家公司选择我们；在平时工作生活中，我们需要组织团队带领大家共同完成一件任务，我们怎么样将自己的想法和思维推销给其他人，将自己的idea营销出去：在一个新的环境中，怎么样使别人很快的认识自己并留下深刻的印象：这些都是“营销”这个概念，所以，我觉得学习一门课程，我们不仅仅学到的是书本上的理论知识，更重要是把这些理论运用到生活中，或者从这一学科中，我们得到新的思维，对我们生活的很多方面产生巨大的影响，就像swot分析法对我的启发一样，在一个环境中，怎么客观的认识到自己处于什么样的位置，我们分析外部环境内部环境，分析优势劣势，找到自己发展的方向和营销的出路，我们适合什么样的生存环境做什么样的工作，这些理智客观的东西，比一个简单的理论知识重要的多，带给我们成长和思考的东西很重要。

市场营销实训心得体会篇十六

我觉得市场营销是一门文理交叉的综合性学科，既需要理科生严谨的逻辑思维，也需要文科生的形象思维！其实是一门非常有趣的学科，如微观经济学给人一种很特别的感受——它从一种宏观的角度去思考经济学问题，把那些我们一直认

为是常识的现象上生到理论的高度，从而对我们的生活具有了指导意义！很多人都把营销等同于我们日常生活中简单的推销，那是极端错误的，因为那完全是两个不同的概念：推销只是营销的一种手段而已，而营销却是一种哲学意义上的战略！营销的目标是实现双赢，而推销更多的是把自己的产品卖出去！双赢是买卖双方都愿意并且乐意接受的，故而是具有广泛的社会价值的！我们通常只关心自己有没有亏本，而并不在乎卖方是否获得利益，互利合乎我们大家的要求，这便是买卖存在的根本价值！

做生意很简单，就是一个资源优化配制问题，使已有的东西的价值得到最大限度的发挥！营销就是实现这个目标的重要手段之一！但是由于营销是一种社会性科学，可取代性很强，很多非专业人员也可以胜任，再加上中国的市场经济发展还不成熟，营销并未引起充分重视！

但他的意义是不容否认的，随着我国生产力的进一步提高，定将出现供过于求的时代，到那时市场营销便大有用武之地了，所以说在将来他的重要性还将加强！