

# 最新市场监督管理培训心得(模板10篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 市场监督管理培训心得篇一

就我自己而言对市场营销的理解就是，作为一名服务者如何尽可能多的了解客户的需求并把客户的这些需求作为一种工作目标去努力实现。以期实现客户需求的最大满足、公司利益的最大实现、员工薪水的快速提高、社会效益与经济效益共同发展。

以上所述具体来讲市场营销就是围绕客户需求实现能源与生产经营活动的最佳搭配并以此为中心的一切工作技术手段其中包括客户服务、需求侧管理、相关的法律援助、服务所需的技巧和手段、营销人员的工作素质、规范的行业标准、无遗漏的客户需求满意度统计、客户的心理需求、完善的企业形象等。

作为一名基层的营销人员，站在客户的角度。我肯定希望有一个了解我生产需求的电力企业来帮助我的生产经营活动。举例来说如果我是一家高耗能的企业如：碳化硅厂、水泥厂、化肥厂等。那么我肯定有自己的生产特点，如何在我的生产周期内与供电企业达成生产合作的默契。这一需求就要求我们营销人员认真的去了解，提出合理的方案。使生产企业得到充足的能源而我们的供电网络又能降低高峰负荷压力。

再如我是一个普通的照明用户什么时候用电是最便宜的呢？我们的营销人员是否能及时的做好市场调查利用客户的这一心理需求，引导客户的用电习惯。达到成功移峰填谷、降低高

峰负荷、节约能源提高企业自身经济效益的目的呢？总之一句话，就是一名市场营销人员能否实时把握客户需求，并使之与我们企业自身的生产特点结合起来，实现共同利益的最大提高。

在这一目标驱动下，首先我们的企业要有一个良好的社会形象。员工要有较高的行业素质，它包括此次培训所学到的客户服务知识，法律法规知识、需求侧管理知识及相关的行业素养知识使我们的员工都尽可能发现客户每一个细小的需求(注：温州人因发现欧元纸张比原来欧洲国家钞票的纸张大，而做出了相应的钱包赚到了大量的外汇。这就是一个细小的需求带来的经济效益。)我相信我们的员工每一个细小发现都会成为企业发展壮大的基石。最后我想说只要我们的公司有一个好的工作氛围，我们的部门继续发扬团结合作的精神，我们的员工都有企业主人翁的自豪感。那么实现我们的目标——美好的电力家园将不再是梦。

## 市场监督管理培训心得篇二

通过参加以“深改实干转形象、担当作为争一流”为主题的学习活动，我深深体会到自己在工作上还存在很大的差距。现结合岗位实际，深刻剖析，谈谈自己的所感、所悟。通过学习，自己充分感知到，必须转变之前一些不正确的观念和陈旧思想，增强为民服务意识和公务人员的责任担当意识。

“{城市}要发展，我该怎么办”，刚开始提出这个主题后，感觉似乎与自己无关，都是领导层考虑的问题。但是通过参加会议聆听上级的文件精神，才明白自己思想上存在严重的误区。正因为我们工作在基层，才能充分体会到基层群众所需所求，而作为直接为群众办事、为民服务的基层代表，怎么样服务群众，解决好他们的困难，正是为政府分忧、为民解难的一种体现。通过这一思想转变，我明白了下一步工作该怎么办的方法路径，就是扑下身子，放下架子，真心诚意的对待群众，时时处处解决好他们的困难。

作为基层食品药品监管人员，必须严格执法、公正执法才能有效的做好辖区百姓的饮食用药安全。对待群众，要真心真意，对待监管对象要换位思考，站在对方的角度分析问题，参加工作三十年来，自己能够做到热忱礼貌，但有时也会出现不耐烦、心情急躁的现象发生。面对新形势新要求，必须要解放思想转变观念，勤勉敬业、敢于担当。提升服务质量和水平，树立“东昌府兴我荣，东昌府衰我耻”的大局观，才能真正做到为政府分忧，为群众解难。为我区建设和发展贡献自己的力量。

坚持履职尽责不懈怠，始终保持顾全大局的集体荣誉观。多年来，自己始终有一种紧迫感，担心自己能力和工作技能方面不足影响日常监管工作，所以在平时注重学习新知识，确保自己能始终保持胜任本职工作的能力素质，具备能严格执法，公正执法，热情为民服务的激情。将工作中的落脚点放在严监管、重规范上来，改正“轻处罚、轻纠正”的现象。在办案过程中克服因人际关系和复杂社会环境带来的困扰，严格执法树立市场监管人员的良好形象和增加执法权威。

俗话说“纪律是个圈、自由在里面”，我能够时刻绷紧廉洁自律这根弦。“己所不欲、勿施于人”自觉带头遵规守纪，严于律己。不以权谋私，在权力、金钱、人情上自觉接受组织和群众监督。其身不正、其令不行，凡是要求别人不做的，自己带头做好，真正做到自重、自省，保持共产党人的本色。

这次解放思想大讨论活动，对个人来说，既是一次用新思想、新观念重新审视自我，反思自我，解剖自我，提高自我的大好机会，更是让自己进一步增强责任感、压力感，增加荣誉感、自豪感，提高工作方法和更好为人民服务的机遇。通过学习讨论，使我更加清醒地认识到自己存在的问题，我决心进一步解放思想、更新观念，用全新的思想、全新的理念，提高自身素质，为保障辖区群众饮食用药安全，为创建食品安全示范城做出自己的努力。

## 市场监督管理培训心得篇三

1、市场需求(用人单位)角度：营销人才一直是引领人才市场需求的主力军，供需两旺，需求持续名列第一。很多大学毕业生看到了其中的巨大市场需求，纷纷加入“营销”就业大军。部分同学认为，既然这样，拿个营销师资格证书，应该找工作比较容易。不论是学市场营销专业，还是其他任何专业，做营销都可以，只要用人单位看上你，就行。在企业录取营销人才的过程中，他们要求应聘者最好具备三个条件：有一定的营销天赋(语言表达能力、沟通协调能力、交际能力以及至少不让人生厌的外表)；与应聘行业相关的从业经验；一定的客户管理能力与市场策划能力。如果具备这三个条件，基本上应聘成功。其实用人单位对于营销工作岗位，他们毫不关心你是否是学市场营销的，你是否有营销师资格证书。就算你拿了营销师资格证书，能够证明你具有什么能力或优势么，不能的！没有相关材料能证明你能胜任营销工作，照样出局。相反，如果你拥有商务策划师资格资质证书，可以证明你在营销策划方面已经经过了系统的培训与学习，具备了一定的营销策划能力与水平。

2、薪水待遇与发展前途：一般的营销人员，薪水通常是底薪加提成组成，业务做得多，薪水就高，底薪只能维持基本的生活需要。做得好得营销人员不多，也就意味着绝大部分营销员薪水都不高。但是，对于一个商务策划师说，薪水一般能高出普通营销人员的2倍以上。策划人员，很容易发展成为公司的中高层管理者。

竞争如此激烈的市场，如果你作为市场营销专业或对市场营销有着浓厚兴趣的一名大学生，准备成为一名合格的营销人，该如何面对呢？为此，笔者专门采访了上海中世国际会展有限公司人力资源总监朱立龙先生、合肥金星机电科技发展有限公司营销企划总监董伟民先生，听取专家们的观点。

朱立龙总监：

营销人才一直是引领人才市场需求的主力军，供需两旺，需求持续名列第一。很多大学毕业生看到了其中的巨大市场需求，纷纷加入“营销”就业大军。我们公司在招聘营销人才时，不论求职者是学市场营销专业还是其他专业，只要具备以下三个条件基本上会被录用，即：一、有一定的营销天赋(语言表达能力、沟通协调能力、交际能力以及至少不让人生厌的外表)；二、与应聘行业相关的从业经验，最好有一定的客户资源更佳；三、一定市场营销策划能力，能独立进行市场策划，开发与相应管理市场。我了解其它上海的公司基本上也是按照这个标准来招聘的，面试的时候我们会着重从这三个方面入手来考察求职者的相应能力。另外，我们也比较看重求职者能证明其在某个方面有专长的职业资格证书与获奖证书。例如，求职者持有演讲比赛或辩论赛的获奖证书，至少能证明其语言表达能力、快速反应能力比较优秀；求职者持有策划师证书，证明其市场营销策划达到了一定水平，具备了一定的策划能力；求职者持有相关企业的实习或实践证明文件，基本上可以知道其的确参与了一些社会营销活动。对于不能很好的证明三个方面能力的证书，我们一般不会给予过多的关注。

## 市场监督管理培训心得篇四

在大二刚结束的时候，我们市场营销专业的同学到一家生产销售优质稀有菌类的企业进行了参观实习。这样的实习在大学以来还是第一次，所以自己对它充满了期待，希望出去看看真实的企业是怎样的。果真没让自己失望，出去看到了与书上讲的，自己想象的不一样的企业。实习给自己的印象很深刻，让自己感悟到很多，不光得到了期望中的收获，也有意外的惊喜。在下面的文字里我将主要讲述在此次实习中自己的一些新的认识。

### 一、我们到实习的公司参观生产基地主要的生产流程

与此同时听取了该公司市场总监，人力资源总监所作的演讲。

通过对企业生产过程的参观，以及企业两位总监的讲解，自己对企业生活有了更加清晰的认识。

第一，企业会通过事先制定的标准选拔人才。

企业选拔人才的标准很多，但他们往往都制定了道德和专业技能两项指标。道德在他们选拔中往往又是首要标准，道德品质不好，企业都会拒绝这样的员工。道德品质好，即使专业技能不够，企业可以通过培训来提高。

第二，责任心强，乐于奉献的员工。

往往会受到公司领导的重视，他们在日后的工作中是被委以更加重要职务的有力人选。在平时你是怎样对待领导交给你的任务，是否愿意把这些任务做的比要求更好些；你是否愿意经常打扫打扫办公室的卫生等等。这些都能够使你的形象在领导的心里得到改变。你认真负责的态度，乐于奉献的精神会在很大程度上增加公司领导对你的信任，以致公司领导愿意将重要的工作交给你来做。

第三，公司经营标准化程度不断提高，即使一家生产非常简单产品的公司也是应用现代化的知识来经营管理的，因此公司的员工必须用现代化的知识来武装自己，才能适应公司的要求。

公司使用的是现代化的管理方法，现代化的竞争思路，以及现代化的生产设备等等。所以你必须拥有这些现代化的知识才能参与到公司的日常生产经营过程中来。而且这些现代化的知识进步非常快，你必须不断学习，做好终生学习的准备才能适应现代化的要求。

二、本次实习，给我的意外惊喜可以说就是自己对团队工作有了新的认识，而这是事先没有预期的。

实习我们是以小组的形式进行的，实习中的思考和所作的调研、讨论所得的结果以小组为单位通过制作一个ppt来展示。由于自己第一次以这样的方式来参与团队活动，并且担任小组组长，这使自己对如何才能让团队工作取得更好的成绩有了非常深刻的认识。通过这次实习让自己明白要取得好的成绩，团队成员应当做好以下几点。

首先，团队的组建要根据团队活动的性质来确定团队成员。不同活动对能力的要求方面不同，对同一能力的要求层次也不同，团队成员中整体某项团队活动需要的能力不好，就会影响到团队活动的整体表现。同时团队成员的相关经历也很重要，如果团队成员中有有过与进行的团队活动相同或相似的经历，他们往往能够为团队活动提出很好的建议。比如我们这次ppt的成果展示，如果某位同学有类似的经历，他就会知道应该按什么思路以ppt的形式来制作我们经过仔细讨论得出的成果，以及在展示的过程中每位成员应该如何表现才能轻松的把我们的成果展示给大家，并得到大家的认同。

在选择团队成员的时候，我们需要对每团队成员的能力特点有比较清楚的认识，争取每个成员都能为团队成绩加分，尤其应当避免让不适合某项任务的人去完成他不擅长的事。

其次，要做好团队工作的较为详细的计划和安排。在团队工作开展之前我们应该对团队工作有一个整体的计划和安排。确定应该大家共同完成的工作和应该分配到个人的工作。需要大家一起完成的工作大家要相互配合，分配到个人的工作，要明确工作责任。使团队工作有有计划，有步骤的进行才能够做到活动有序的进行，这样也有利于对已经进行了的工作进行效果评估。做好团队工作的计划和安排是团队工作取得好的工作成果的基础。

再次，认真处理好团队工作中的不同意见，增强团队成员的凝聚力。团队活动过程中有很多需要大家共同讨论作出的决定，这些决定必须是根据大多数团队成员的一致意见作出的。

每个人的想法不可避免的会有差异，关键是我们要及时将讨论中不同观点一点一点的汇集到一个观点上来。被汇集的这一观点是通过各种探讨逐渐得到大多数人认可的观点。每位团队成员的观点都应得到重视，这样才能使各团队成员以更加积极的主人翁的精神参与到团队中来，使团队成员团结的更加紧密，为团队工作取得好的成绩奉献更大的力量。

三、此次实习过后，自己对自己的优劣势有了更加清晰的认识。

自己的一些不足在实习的过程中被显现了出来，同时自己也认识到自己的一些优点。自己经验不足在这次实习过程中被充分的显示出来，也让自己认识到了经验在做事过程中的重要性。以前参议团队活动很少，而且像这一次这样投入的还是第一次。由于没有类似的经历，在团队最终成果的展示环节，自己不知道制作的ppt现场展示的效果会怎样，怎样用恰当的方式将我们团队的形象展示给大家，也不明白我们需要根据团队成员的能力特点来分配团队成员角色，以至于我们团队没能取得预期那样的成绩。

通过与其他同学同台竞技，自己的演讲，表达的能力不够也被暴露了出来，而且通过这样的同台比较，自己的这一不足之处才被自己充分的认识到，它让平时不太被重视的问题显得如此迫切的需要解决。这次实习让自己认识到的自己的一些优点也令自己高兴，因为它同样让自己更加认识了自己，它能够是自己在这些方面表现的更加自信。

通过此次实习，自己对以后的职场生活有了更加具体直观的认识，对自己的优劣势也有了更加清晰的把握。实习过程中的这些认识体会对自己以后的生活学习会产生重大的影响，它让自己清楚要适应好以后的生活和学习，自己欠缺什么，怎样提升自己相关方面的能力。实习过程让自己认识到团队工作的意义，它不仅仅可以完成一个人难以完成的工作，也使参与团队工作的人得到锻炼，丰富我们的经验，提升我们



的各种能力。

## 市场监督管理培训心得篇五

就我自己而言对市场营销的理解就是，作为一名服务者如何尽可能多的了解客户的需求并把客户的这些需求作为一种工作目标去努力实现。以期实现客户需求的最大满足、公司利益的最大实现、员工薪水的快速提高、社会效益与经济效益共同发展。

以上所述具体来讲市场营销就是围绕客户需求实现能源与生产经营活动的最佳搭配并以此为中心的一切工作技术手段其中包括客户服务、需求侧管理、相关的法律援助、服务所需的技巧和手段、营销人员的工作素质、规范的行业标准、无遗漏的客户需求满意度统计、客户的心理需求、完善的企业形象等。

作为一名基层的营销人员，站在客户的角度。我肯定希望有一个了解我生产需求的电力企业来帮助我的生产经营活动。举例来说如果我是一家高耗能的企业如：碳化硅厂、水泥厂、化肥厂等。那么我肯定有自己的生产特点，如何在我的生产周期内与供电企业达成生产合作的默契。这一需求就要求我们营销人员认真的去了解，提出合理的方案。使生产企业得到充足的能源而我们的供电网络又能降低高峰负荷压力。

再如我是一个普通的照明用户什么时候用电是最便宜的呢？我们的营销人员是否能及时的做好市场调查利用客户的这一心理需求，引导客户的用电习惯。达到成功移峰填谷、降低高峰负荷、节约能源提高企业自身经济效益的目的呢？总之一句话，就是一名市场营销人员能否实时把握客户需求，并使之与我们企业自身的生产特点结合起来，实现共同利益的最大提高。

在这一目标驱动下，首先我们的企业要有一个良好的社会形

象。员工要有较高的行业素质，它包括此次培训所学到的客户服务知识，法律法规知识、需求侧管理知识及相关的行业素养知识使我们的员工都尽可能发现客户每一个细小的需求（注：温州人因发现欧元纸张比原来欧洲国家钞票的纸张大，而做出了相应的钱包赚到了大量的外汇。这就是一个细小的需求带来的经济效益。）我相信我们的员工每一个细小发现都会成为企业发展壮大的基石。最后我想说只要我们的公司有一个好的工作氛围，我们的部门继续发扬团结合作的精神，我们的员工都有企业主人翁的自豪感。那么实现我们的目标美好的电力家园将不再是梦。

## 市场监督管理培训心得篇六

市场营销(marketing)就是辨别并满足人类和社会的需要。对市场营销最简洁的定义，就是“满足别人并获得利润”。

美国市场营销协会为市场营销下了一个定义，认为市场营销是一项有组织的活动，包括创造、沟通和交付顾客价值和管理顾客关系的一系列过程，从而使利益相关者和企业都从中受益。

营销的对象：十大类产品——有形的商品、服务、节事、体验、人物、场所、产权、组织、信息和创意。

市场：对特定或一类产品进行交易的买方与专访的集合

首席营销官是组织内部领导营销活动的领导人，五大职能：

- 1、强化品牌优势；
- 2、测量营销效果；
- 3、根据顾客需要推动新产品的开发；

4、搜集富有价值的顾客意见；

5、充分运用新的营销技术；

市场营销中的核心概念：

需要、欲望和需求

需要(needs)是人类最基本的要求。当存在具体的商品来满足需要的时候，需要就转变成欲望(wants)了。欲望是受特定的社会所制约的。需求(demands)是有支付能力购买具体的商品来得到满足的欲望。

目标市场、市场定位和市场细分

市场细分：营销人员通过分析顾客的人口统计信息、心理特征信息和行为差异信息，识别出具有不同产品与服务需求的不同顾客群体。进行市场细分之后，分析判断哪个细分市场上存在最大的市场机会，即选择自己的目标市场。然后，企业需要针对自己所选择的每个细分市场开发特定的市场供应物，并使目标市场认可该提供物能够为他们带来某些核心利益。

市场营销环境包括任务环境和宏观环境两大类。任务环境(task environment)从事产品或服务的生产、分销和促销的组织或个体、具体包括生产、分销和促销的组织或个体，具体包括生产企业、供应商、分销商、经销商和目标顾客。宏观环境(broad environment)主要包括六类环境因素，分别是人口统计环境、经济环境、自然环境、技术环境、政治环境和社会文化环境。

全面营销(holistic marketing)观念以开发、设计和实施营销计划、过程及活动为基础，尝试认识上述营销计划、营销过程和营销活动的广度和彼此之间的相互依赖性，认为在营销

实践中每个细节都是特别重要的，采纳广泛的、整合的视角不可或缺。

全面营销的四个关键要素：关系营销、整合营销、内部营销和绩效营销。关系营销是要与关键的利益相关者建立起彼此满意的长期关系，以便赢得和维持商业业务。

其中四个关键的利益相关者：顾客、员工、营销合作伙伴(渠道、供应商、分销商、经销商和代理商)、金融界成员(股东、投资者和分析者)。营销者应该尊重利益相关者的需求，使各个利益相关者可以各取所需，并制定出可以平衡关键利益相关者收益的政策和战略。为了与这些利益相关者形成密切的关系，就必须了解它们的能力、资源、需要、目标和欲望。

关系营销的最终结果，就是要建立起独特的公司资产——营销网络(marketing network)□

## 市场监督管理培训心得篇七

市场营销观念的演变与发展，可归纳为六种，即生产观念、产品观念、推销观念、市场营销观念、客户观念和社会市场营销观念。在实际的营销工作中，它们相互促进，共同发展。接下来一一介绍这六种营销观念。

生产观念是指导销售者行为的最古老的观念之一。消费者喜欢那些可以随处买得到而且价格低廉的产品，企业应致力于提高生产效率和分销效率，扩大生产，降低成本以扩展市场。

产品观念。消费者最喜欢高质量、多功能和具有某种特色的产品，企业应致力于生产高值产品，并不断加以改进。除了物资短缺、产品供不应求的情况之外，有些企业在产品成本高的条件下，其市场营销管理也受产品观念支配。

推销观念。消费者通常表现出一种购买惰性或抗衡心理，因

而企业必须积极推销和大力促销，以刺激消费者大量购买本企业产品。推销观念在现代市场经济条件下大量用于推销那些非渴求物品，即购买者一般不会想到要去购买的产品或服务。

市场营销观念是作为对上述诸观念的挑战而出现的一种新型的企业经营哲学。认为实现企业各项目标的关键，在于正确确定目标市场的需要和欲望，并且比竞争者更有效地传送目标市场所期望的物品或服务，进而比竞争者更有效地满足目标市场的需要和欲望。

客户观念。随着现代营销战略由产品导向转变为客户导向，客户需求及其满意度逐渐成为营销战略成功的关键所在。各个行业都试图通过卓有成效的方式，准确地了解和满足客户需求，进而实现企业目标。为了适应不断变化的市场需求，企业的营销战略应以客户为中心，并必须及时调整。

社会市场营销观念是对市场营销观念的修改和补充。认为企业的任务是确定各个目标市场的需要、欲望和利益，并以保护或提高消费者和社会福利的方式，比竞争者更有效、更有利地向目标市场提供能够满足其需要、欲望和利益的物品或服务。社会市场营销观念要求市场营销者在制定市场营销政策时，要统筹兼顾三方面的利益，即企业利润、消费者需要的满足和社会利益。

一种观念的养成是需要时间和精心培养的。以上简要地介绍了六种营销观念，它们之间不是独立分隔的，而是相互紧密联系、相互促进的。欲学好市场营销，不光要学好各种营销策略、市场细分、价格竞争及促销策略……还要重塑先进的营销观念，并将其融入营销实践之中。因为它是营销的灵魂和内核。

市场营销是门应用性很强的学科，在牢固树立营销观念的同时，还要加强社会实践能力的培养。对于那些有志于从事营

销工作的人，应该将其营销理念深深地根植于脑海中，并在实际的营销工作中，做出更加出色的成绩！

## 市场监督管理培训心得篇八

《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

难点一：案例的选择

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。

另外，多媒体的使用也使情景更为直观、生动。在讲授“广告策略”这一知识点时，再好的语言描述也不及向学生播放几则广告，如可口可乐广告、李宁的广告，飘柔的广告，五粮液的广告等，通过教师的评析，让学生更好地理解广告的设计。在讲授关于品牌策略这一节，解释品牌是一个集合的概念，包括品牌名称、品牌标志、商标。解释时，配合多媒体上的图片学生才会印象深刻。

再有，还通过让学生分别扮演一定的角色，进行模拟表现，

从而激发兴趣，引导学生深刻体会所学内容。比如推销这一节，实践性操作性都很强。可以组织学生进行一次模拟“柜台推销”或者模拟“上门推销”活动，让学生扮演“营业员”或“推销员”，利用所学的推销技巧向“顾客”推销商品。通过这些活动，不仅能激发学生兴趣，使学生的理论知识得以巩固，而且有利于学生的营销实践操作技能和应变能力的锻炼和提高。

### 三、游戏式教学法

游戏教学法是“结合教材的内容，运用游戏的手段如游戏产品、开发游戏课等，从学生的兴趣爱好出发，将所要学习的知识点转换成游戏，通过以后的感性活动，引导学生从游戏中掌握知识。”此教学法是这两年来，我才偶尔在课堂上使用的一种方法。用它，是因为看到许多企业在给员工培训时都选择了游戏的方式并且效果不错。偶尔用，是觉得在课堂上花费了大量的时间，必将减少理论教学时数，觉得有点本末倒置。所以，只在个别时候做一些尝试，用来调动一下学生的学习积极性。例如“听葫芦画瓢”的游戏，能让学生非常感性的认识沟通的重要性。这比我们老师一上课就开始说沟通有多重要的效果要好地多。

教学方法多种多样，教学效果也有不同的衡量标准。我常在想：到底什么样的老师才是好老师？衡量好老师的标准又是什么？记得在xx年青年教师培训时，我的心得体会的标题就是《多些理解，多些宽容》。其中，我写过这样一段话“对学生我们应该多些理解，多些宽容。当然，理解的基础是了解，宽容并不等于放纵。我主张：鼓励式教学。同时，我也认为：鼓励在很多时候其实也是一种压力。”不管怎样，我在践行着我自己对好老师的理解，那就是：一个能把学生的事放在首位，能站在学生的立场思考问题，了解学生，理解学生，宽容学生，尽自己所能的帮助学生，把自己的学生培养成社会需要的人。



## 市场监督管理培训心得篇九

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，市场营销是我们这个行业最为需要实用的。

第一次接触到这门课程。老师走进教室，给我讲了为什么要学这门课程，学好这门课程的实用性。

市场营销学是一门建立在经济科学、行为科学和管理理论基础上的应用科学。在这个充满机会和竞争风险的时代，全面、系统地学习和掌握现代市场营销的理论、方法对于我们今后从事营销工作和开拓更为广阔的市场，实在是太重要了。这位老师讲课讲得非常的激情，让我这个不怎么爱学习的人，听得都津津有味，感觉到这门课程对我以后的工作有很大帮助。不但用故事讲解实例，而且还用我们生活中常遇到的问题做实例提问。听完这节课我感觉我从中学到的知识是无法用语言就能道得清的，我为自己今后工作重新设定了全新目标……总之，这次的学习，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。在以后的学习工作过程中，我会更加注重自己的操作能力和应变能力，多与社会各个层面的人进行接触、沟通相信在不久的将来，可以总结一套适合自己的营销方式。

锲而舍之，朽木不折，锲而不舍，金石可镂。”这句话说明了成功是需要一种精神的。

销售人员就需要这种意志，要有不达目的绝不罢休的信念，才有机会走向成功。销售是条漫长又艰辛的路，不但要保持冲劲十足的业务精神，更需秉持一贯的信念，自我激励，自我启发，才能坚持到底，渡过重重难关，走向最终的胜利上市场营销课很有趣，老师也有趣儿，给我们举了很多实例，

了解了许多，我喜欢灵活的课程，大家都喜欢，所以同事们都很积极努力，我也要更加努力的为美好的明天努力奋斗，奋斗！

## 市场监督管理培训心得篇十

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 and 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。

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。