

2023年市场营销讲座内容 大学生市场营销策划书(优质9篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

市场营销讲座内容篇一

2、以“新学期”刺激消费群，吸引目标消费群及潜在的消费群，最大限度

地扩大销售额，实现销售业绩的增长。

所有在校大学生以及周边小区居民

时间□20xx年3月1日——20xx年3月10日

地点：校园超市内

“尽享超低价，新学期巨献”

1、活动期间，每3天前100名到超市的顾客都会获得康师傅饮品一瓶，而且一次性消费满58元可免费获得护手霜一支；满78元可免费获得精美套杯；满98元可获得高档鼠标一个；满108元可免费参加“购物大抽奖”活动：特等奖：数码单反相机(1名)；一等奖：超市500元购物卡(3名)；二等奖：大毛绒玩具一个，价值200元(5名)；三等奖：高档毛巾一条(20名)。

2、价格促销，活动期间生活必需品一律打七折，食品类一律八折。

3、限时购买，将品牌化妆品和睡衣作为限时促销商品来销售，时间为3月3日和4日。

4、限量购买，将袋装整提纸抽、洗衣液设为限量购买商品，由于价格便宜，所以每人限购2件。

1、在活动现场挂大幅横幅，突出活动主题内容，并且设有活动咨询台；

2、安排人员在校园展板，寝室张贴有关超市促销活动的海报；

3、安排工作人员在学生上课、下课的必经之路上发放宣传单；

4、在学校的校园期刊或报纸上登促销广告

人员安排：

(2)现场要有一定数的秩序维持人员；

(3)现场咨询人员,销售人员既要分工明确又要相互配合；

(4)应急人员(一般由领导担任,如遇政府职能部门干涉等情况应及时公关处理)。

物质安排：2月26日前准备好所有参加促销活动的商品。

人员培训：对现场咨询人员、销售人员进行培训，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

1、工作人员第一个到达现场,各就各位；

2、宣传人员派发宣传单,介绍活动和产品,引导顾客至进入超市内；

- 4、销售人员准备销售事项, 介绍销售产品;
- 5、赠品在规定时间内发放不宜太早太晚, 发放时登记个人资料, 签字;
- 6、结束时清理现场, 保留可循环物品以备后用。

2、对活动进行追踪报道、终端建设、终端走货及广告调整、总结报告归档。

- 1、活动现场横幅、咨询台, 海报、现场装饰1000元;
- 2、活动宣传单打印1000元;
- 3、校园期刊或报纸广告500元;
- 4、发传单工作人员, 在活动前派发, 300元;
- 6、康师傅饮品300瓶, 750元。

合计成本: 15450元左右

- 3、做好各种意外发生的防范措施, 维护好现场的秩序;
- 4、做好应急人员安排, 必要时可以与公安及保安联络, 请求其支援。

借助新学期这个契机, 由于大学生们在开学之初资金都比较充裕, 而且都需要购买一些生活用品等展开此次促销活动, 采用一系列的促销手段, 预期会产生满意的效果。

市场营销讲座内容篇二

- 2、分析实习企业的市场营销环境, 包括微观环境分析和宏观环境分析;

5、了解实习企业营销企划的基本过程和基本内容。

二、实习内容

实习的内容主要是销售保健品，学习公司的企业文化、销售技巧、团队协作精神等各方面的知识。凭着对本公司产品的了解和与其它公司产品的对比，突出本公司产品的优点和公司的良好信誉，积极开拓客户源，向顾客推销产品，并尽量推销系列产品，完成公司分配的任务。

三、实习总结或体会

20xx年3月25日到4月30日，我在北京东方红航天生物技术有限公司进行了为期一个月的实习。这期间公司的同事给予了我热情的指导和帮助，而我也虚心向他们请教学习，把大学所学的知识加以运用，在理论运用于实践的同时，也在实践中更加深刻地理解了以前没有理解透彻的知识。经过这些天的实习，我对公司也有了更深刻的了解，也初步熟悉了销售员的操作步骤。更重要的是，这是我踏入社会的第一步，虽然只有一个月的时间，但是也让我看到了自己的很多欠缺，让我深知出身社会，还需要很多学校里学不到的能力。

首先简单介绍一下我的实习单位：本公司位于北京中关村高新科技园区，主要从事具有航天生物技术特色的现代生物制药、保健食品和健康用品的研发、生产、销售与服务。本公司本着始终贯彻执行“擎起航天生物大旗，致力民族高新科技产业”为企业宗旨。公司本着“以人为本、德才兼备、以德为先”的原则，创造“人和”的人文环境，构建了一支管理、生产、研发、销售及服务的精英团队，为东方红公司未来的发展奠定了坚实的基础。公司十分注重人才的培养及团队建设，“广纳人才、培养人才、善用人才、善待人才”的人力资源策略，为公司吸纳了一批年轻有为的技术骨干和营销精英；“乐观、积极、学习、合作”的良好氛围，为每一位员工提供了理想的事业舞台；优厚的薪酬福利待遇及丰富多彩

的企业文化活动，充分体现了公司于员工共同成长的企业内涵。这公司的经营理念是：质量和服务是经营的重中之重、把顾客放在第一位。由于有良好的质量加服务，本公司已建立了良好的业务关系。

实习对我来说是个既熟悉又陌生的字眼，因为我十几年的学生生涯也经历过很多的实习，但这次却又是那么的与众不同。它将全面检验我各方面的能力：学习、生活、心理、身体、思想等等尤其是心理承受能力。就像是一块试金石，检验我能否将所学理论知识用到实践中去。关系到我将来能否顺利的立足于这个充满挑战的社会，也是我建立信心的关键所在，所以，我对它的投入也是百分之百的！在这一个多月里我还是有不少的收获。

这是第一次正式与社会接轨踏上工作岗位，开始与以往完全不一样的生活。每天在规定的时间内上下班，上班期间要认真准时地完成自己的工作任务，不能草率敷衍了事。我们的肩上开始扛着民事责任，凡事得谨慎小心，否则随时可能要为一个小小的错误承担严重的后果付出巨大的代价，再也不是一句对不起和一纸道歉书所能解决的。

市场营销讲座内容篇三

当今社会，经济快速发展，人民生活水平提高。随着生活水平的提高，人们的健康意识也在不断增强。越来越重视个人卫生和疾病预防，加上近几年“禽流感”“甲流”等各种流行性疾病的肆虐，使人们更加重视个人卫生。手部是人们经常接触外物的部位，是最易接触、感染病毒的部位，因此在提倡预防流行性疾病中最重要的一步就是要进行手部消毒，洗手液的需求量逐渐增加。

于是市场上出现了越来越多的洗手液。品类众多，但效果各不一样，且有一定的限制，就是大多洗手液都需要有清水可以冲洗，如果用清水清洗不净时就会有残留物，对饮食的质

量产生影响；而且大多都含有酒精等腐蚀性成分，过量使用会伤手。

在这种情况下，xx生物科技有限公司研发了“xx消毒液系列”。采用独特新型“零损伤”配方，在卫生领域掀起了消毒品的绿色革命。本消毒液系列产品，靠“离子电荷间吸引”的方式，溶解和穿破细菌和病毒的细胞壁、细胞膜和细胞核，导致渗透性改变细菌和病毒的细胞成份而致使其迅速分解而死亡，从而达到安全、高效、消毒、灭菌的效果。本产品品质处于国际水平，采用新型“复合季铵盐”配方，通过国内外八家权威机构部门检验认证，中国国家卫生部正式批准生产的新型、高科技、高品质的“xx”系列消毒清洗剂产品。

“xx手部免洗消毒液”还以小瓶装，方便携带，且免洗等优点进军xx洗手液市场，相信争中将会凸显其优势，占领一定的市场份额。

1、宏观分析

随着人们生活水平逐步的改善，人们对健康越来越重视，xx是一个人口众多的大城市，大学生和上班族所占的比例也非常大，而且他们的健康意识更加的强，加上近几年各种流行性疾病的爆发，大家都养成了勤洗手的好习惯，洗手液也因此成了他们日常必需的生活用品，因此洗手液的市场越来越大，竞争也会越来越激烈。

2、微观分析

（1）市场潜量

通过分析可以看出，这是一个潜力巨大的市场。我国人口众多，是一个非常巨大的消费市场，加上近几年“禽流感”“甲流”的爆发，人们越来越重视通过清洁卫生来预防各种疾病，卫生意识进一步加强，特别是易接触感染细菌的

手部的清洁，所以洗手液的需求量将大增。

(2) 竞争者

目前洗手液市场上种类繁多，竞争激烈。其中蓝月亮、威露士、舒肤佳、滴露等几个大品牌占有了该市场的绝大部分份额，且每种品牌都有自己的特点和优势，要想一下子打破这种格局，迅速占领市场是比较困难的。所以要发展好“安立久”本身的长处尽可能开拓蓝海市场。例如：通过调查，其他大部分品牌的洗手液都含有酒精等其它腐蚀性成份，而且大多都是大容量装的沐浴露型的，而“安立久”在这方面又有了自己的特色，小容量装，方便易于携带，且是喷雾型、泡沫型，免洗的。

(3) 消费者的特点

对象是大学生和上班族，他们的卫生意识比较强，对疾病防范意识也很强，讲究日常生活及环境卫生已成为他们的自觉行为，因此洗手液也越来越成为他们不可缺少的东西，但洗手液的效果、品牌、价格会影响他们的选择。

通过调查，我们发现对于洗手液，大学生和上班族主要注重产品的效果和品牌，而价格却在其次，但单从价格上讲学生和上班族所愿意支付的价钱也有一定的差别。学生没有经济来源，一般不能接受较高价格的产品，比较青睐产品是否价廉物美；而上班族有一定的经济来源，一般主要质量好、效果好、品牌好较高的价格也能接受。

3、分析结果

(1) 优势□xx洗手液不添加酒精等其他腐蚀性成份，使用时不用取水清洗、无刺激不伤手、杀菌能力强，且小瓶装、方便携带，适合年轻一族，而恰好年轻一族卫生意识比较强，这样洗手液就成了他们的必需品，且人们追求新鲜感，市场

前景好。

(2) 劣势□xx的品牌效应还不足，难以与其他大品牌展开激烈的竞争，而且价格又比较贵，一般消费者难以接受。

(3) 机会：由于各种流行疾病的肆虐，洗手液市场还有待开发，只要加大力度宣传，突出产品的优势让消费者了解接受，一定能够打出自己的一片天。

(4) 威胁：其他厂商也注意到了这一市场，其他厂商的产品也有独到之处，且价格比较便宜，此外各大知名品牌的竞争也带来了非常大的压力。

1. 策划目的

将洗手液推出市场，要立足xx□打造出消费者喜爱的品牌，占有大份的市场份额。

2. 策划目标

(1) 目标市场：在校大学生和年轻上班族日常清洁手部的洗手液市场。

(2) 市场定位：成为大众喜爱使用的手部免洗液，3年内 在xx占有30%的份额，不断地扩大我们的市场。

(3) 需要解决的问题

a.市场上用于消毒的品牌很多；

b.消费者对xx品牌认识度不大；

c.学校代理这一环节的协商；

d.宣传要找准方法，不能大做广告宣传，因为xx在这方面已经做得很好了。

(4) 可能性

a□要做好宣传，加深消费群体对我们的产品的认识；

b□要与学校那边搞好关系，好在那里做市场；

c□要开发好年轻上班族这个市场。

1. 产品描述

我们将要出售的xx产品的名称，规格，特点。

2. 特点

(1) 精致小巧，方便携带；

(2) 使用快捷方便；

(3) 外观美观好看；

(4) 无毒、无刺激、不伤手。

3. 功能

(1) 本品为液体状，能有效杀灭手部细菌和异味；

□2□ph值中性；

(3) 蕴含芦荟萃取精华，对皮肤起到长时间保湿作用；

(4) 能瞬间杀死病菌。

4. 主要成份

双烷基甲基双链复合季铵盐，有效成份含量1.9%-2.1%。

5. 使用方法

喷雾涂抹，将消毒液适量喷在手部轻揉，即可达到消毒。

6. 包装

我们采用喷雾小品装来包装，这样方便消费者携带，做到无时无刻都可以保持手部清洁。

1. 定价策略

因为我们的产品市场是在校大学生和年轻上班族，我们将会使用中档价进入市场，更好的打造我们的品牌声誉。

2. 市场现状

现在市场上的洗手液都是以沐浴型为主，而且价格为10到20元250ml

3. 价格因素

我们产品定价考虑了一下因素：生产成本，包装设计成本，同类产品的价格，宣传费，管理费，合理利润，运输费，代理费，调查费。

4. 最终定价

根据我们的市场定位和价格因素，我们将会把本产品最终价格定位：22元60ml供货价为10.6元。

为了让xx手部免洗消毒清洗液能够尽快广州市的白领市场和

大学生市场，提高市场占有率，我们选择了间接，直接的销售渠道并行，即把产品提供给零售商，经销商等中间商，同时，在广大百货商场和超市都会设置一个特定的柜台，方便消费者购买。为了能够我们公司的整体形象，我们要求所有的工作人员都统一服装，保持整洁的仪容仪表。除此之外，为了防止产品脱销，或供不应求，我们能够及时补充产品，我们组织了一个庞大的运输队伍，假如有以上事情发生，我们会立刻从上海把产品运输到xx提供给各大中间商和我们的产品柜台。我们，我们一定把质的产品与服务提高给消费者。

1. 推广目标

使消费者意识到手部消毒的重要性，树立xx品牌的品牌形象，进而逐步提高xx手部免洗消毒液的销量。

2. 推广组合

采取广告、公关、营业推广的组合方式。

3. 推广计划

举行一场名为“xx手部消毒知识讲座”的活动，向社会介绍xx产品的优点，树立品牌形象，介绍公司的经营理念；时间定为1年，从20xx年x月x日开始至20xx年x月x日止；与广告同步推出产品。活动口号为“温馨、健康家庭的秘密”。

（1）品牌认知活动

内容：向目标群体介绍xx公司的优势、手部消毒的重要性。

方式：知识讲座

时间□20xx年x月x日开始至20xx年x月x日止

（2）重复认知活动

内容：突出xx手部免洗消毒液的特色之处及功能。

方式：知识竞赛

时间□20xx年x月x日开始至20xx年x月x日止

（3）品牌确认活动

内容：突出xx手部消毒液产品的售后服务。

方式：现场服务

时间：黄金假期逐渐普及成日常化。

（4）广告

内容：以xx的名义提醒社会大众注意手部消毒。

方式：辅助各类活动展开

时间□20xx年x月x日开始至20xx年x月x日止。

1. 广告目标

树立xx品牌的品牌形象，使社会认可xx的产品。

2. 宣传对象

xx大学生和白领。

3. 广告表现计划

(1) 传递的信息□xx是清洁消毒的专家，大学生和白领的生活必备品。

(2) 具体手法：校园赞助活动、电视广告、报纸。

(3) 主题：温馨、健康家庭的秘密。

(4) 校园赞助的建议：通过赞助校园活动，对在校大学生进行宣传安立久是温馨、健康家庭的秘密的长远计划。大学生是未来社会消费的新力军□xx有必要做这项工作。

(5) 电视广告的建议：突出xx手部免洗消毒液的安全性及产品有别于其他品牌的消毒产品。突出“零损伤”和免洗的特点。

为了使“xx手部免洗消毒清洗液”能够尽快在xx树立起良好的形象，打入xx的白领和大学生市场，良好的管理与适度的控制，必将起到事半功倍的作用。

“手部消毒液”是一个规模庞大且潜力巨大的市场，如果能打入这一市场并能占据一定地位，对我们的产品日后的发展将具有战略性的意义。从xx年的“非典”到xx年的“h1n1”□我们不难发现，日常生活的消毒清洁得到了越来越多的重视。特别是年轻的一代，对消毒品的需求更是难以忽视。因此，我们决定成立专门的机构，对我们的产品的营销进行管理和控制。这专门机构是由各部门的具有丰富经验的优秀人员组成，他们的主要任务是针对市场的需求，经过研究与分析，做出满足消费者的需求的决策与安排。

市场营销讲座内容篇四

当今社会，经济快速发展，人民生活水平提高。随着生活水平的提高，人们的健康意识也在不断增强。越来越重视个人卫生和疾病预防，使人们更加重视个人卫生。手部是人们经

常接触外物的部位，是最易接触、感染病毒的部位，因此在提倡预防流行性疾病中最重要的一步就是要进行手部消毒，洗手液的需求量逐渐增加。

于是市场上出现了越来越多的洗手液。品类众多，但效果各不一样，且有一定的限制，就是大多洗手液都需要有清水可以冲洗，如果用清水清洗不净时就会有残留物，对饮食的质量产生影响；而且大多都含有酒精等腐蚀性成分，过量使用会伤手。

在这种情况下，xxx科技有限公司研发了“xxx消毒液系列”。采用独特新型“零损伤”配方，在卫生领域掀起了消毒品的绿色革命。本消毒液系列产品，靠“离子电荷间吸引”的方式，溶解和穿破细菌和病毒的细胞壁、细胞膜和细胞核，导致渗透性改变细菌和病毒的细胞成份而致使其迅速分解而死亡，从而达到安全、高效、消毒、灭菌的效果。本产品品质处于国际领先水平，采用新型“复合季铵盐”配方，通过国内外八家权威机构部门检验认证，中国国家卫生部正式批准生产的新型、高科技、高品质的“安立久”系列消毒清洗剂产品。

“xxx手部免洗消毒液”还以小瓶装，方便携带，且免洗等优点进军xx洗手液市场，相信争中将会凸显其优势，占领一定的市场份额。

1， 宏观分析：

随着人们生活水平逐步的改善，人们对健康越来越重视，xx是一个人口众多的大城市，大学生和上班族所占的比例也非常大，而且他们的健康意识更加的强，加上近几年各种流行性疾病的爆发，大家都养成了勤洗手的好习惯，洗手液也因此成了他们日常必需的生活用品，因此洗手液的市场越来越大，竞争也会越来越激烈。

2, 微观分析:

(1) 市场潜量。通过分析可以看出, 这是一个潜力巨大的市场。我国人口众多, 是一个非常巨大的消费市场, 人们越来越重视通过清洁卫生来预防各种疾病, 卫生意识进一步加强, 特别是易接触感染细菌的手部的清洁, 所以洗手液的需求量将大增。

(2) 竞争者。目前洗手液市场上种类繁多, 竞争激烈。其中xx□xxx□xx等几个大品牌占有了该市场的绝大部分份额, 且每种品牌都有自己的特点和优势, 要想一下子打破这种格局, 迅速占领市场是比较困难的。所以要发展好“xxx”本身的长处尽可能开拓xx市场。例如: 通过调查, 其他大部分品牌的洗手液都含有酒精等其它腐蚀性成份, 而且大多都是大容量装的沐浴露型的, 而“xx”在这方面又有了自己的特色, 小容量装, 方便易于携带, 且是喷雾型、泡沫型, 免洗的。(3) 消费者的特点。对象是大学生和上班族, 他们的卫生意识比较强, 对疾病防范意识也很强, 讲究日常生活及环境卫生已成为他们的自觉行为, 因此洗手液也越来越成为他们不可缺少的东西, 但洗手液的效果、品牌、价格会影响他们的选择。

通过调查, 我们发现对于洗手液, 大学生和上班族主要注重产品的效果和品牌(如图1)而价格却在其次, 但单从价格上讲学生和上班族所愿意支付的价钱也有一定的差别。学生没有经济来源, 一般不能接受较高价格的产品, 比较青睐产品是否价廉物美; 而上班族有一定的经济来源, 一般主要质量好、效果好、品牌好较高的价格也能接受。

3, 分析结果:

(1) 优势□xxx洗手液不添加酒精等其他腐蚀性成份, 使用时不用取水清洗、无刺激不伤手、杀菌能力好, 且小瓶装、方便携带, 适合年轻一族, 而恰好年轻一族卫生意识比较强, 这样洗手液就成了他们的必需品, 且人们追求新鲜感, 市

场前景好。

(2) 劣势□xxx的品牌效应还不足，难以与其他大品牌展开激烈的竞争，而且价格又比较贵，一般消费者难以接受。

(3) 机会：由于各种流行疾病的肆虐，洗手液市场还有待开发，只要加大力度宣传，突出产品的优势让消费者了解接受，一定能够打出自己的一片天。

1. 策划目的

2. 策划目标

(1) 目标市场：在校大学生和年轻上班族日常清洁手部的洗手液市场

(2) 市场定位：成为大众喜爱使用的手部免洗液，3年内xxx洲占有xx%的份额，不断地扩大我们的市场。

(3) 需要解决的问题

宣传要找准方法，不能大做广告宣传，因为xx在这方面已经做得很好了

(4) 可能性

1. 产品描述

我们将要出售的xxx产品的名称，规格，特点

2. 特点

(1) 精致小巧，方便携带

- (2) 使用快捷方便
- (3) 外观美观好看
- (4) 无毒、无刺激、不伤手；

3. 功能

- (1) 本品为液体状，能有效杀灭手部细菌和异味；

□2□pH值中性；

- (3) 蕴含芦荟萃取精华，对皮肤起到长时间保湿作用
- (4) 能瞬间杀死病菌

4. 主要成份

双烷基甲基双链复合季铵盐，有效成份含量1.9%-2.1%

5. 使用方法

喷雾涂抹，将消毒液适量喷在手部轻揉，即可达到消毒

6. 包装

1. 定价策略

因为我们的产品市场是在校大学生和年轻上班族，我们将会使用中档价进入市场，更好的打造我们的品牌声誉。

2. 市场现状

3. 价格因素

为了让xxx手部免洗消毒清洗液能够尽快xx市的白领市场和大学生市场，提高市场占有率，我们选择了间接，直接的销售渠道并行，即把产品提供给零售商，经销商等中间商，同时，在广大百货商场和超市都会设置一个特定的柜台，方便消费者购买。为了能够我们公司的整体形象，我们要求所有的工作人员都统一服装，保持整洁的仪容仪表。除此之外，为了防止产品脱销，或供不应求，我们能够及时补充产品，我们组织了一个庞大的运输队伍，假如有以上事情发生，我们会立刻从上海把产品运输到广州提供给各大中间商和我们的产品柜台。我们承诺，我们一定把最优质的产品与服务提高给消费者。

1. 推广目标：

使消费者意识到手部消毒的重要性，树立xxx品牌的品牌形象，进而逐步提高xxx手部免洗消毒液的销量。

2. 推广组合

采取广告、公关、营业推广的组合方式。

3. 推广计划

举行一场名为“xxx手部消毒知识讲座”的活动，向社会介绍安立久产品的优点，树立品牌形象，介绍公司的经营理念；时间定为1年，从20xx年x月x日开始至20xx年x月x日止；与广告同步推出产品。活动口号为“温馨、健康家庭的秘密”。

1. 广告目标：

树立xxx品牌的品牌形象，使社会认可xxx的产品。

2. 宣传对象：

xx大学生和白领。

3. 广告表现计划:

(1) 传递的信息: 安立久是清洁消毒的专家, 大学生和白领的生活必备品。

(2) 具体手法: 校园赞助活动、电视广告、报纸

(3) 主题: 温馨、健康家庭的秘密。

(4) 校园赞助的建议:

通过赞助校园活动, 对在校大学生进行宣传安立久是温馨、健康家庭的秘密的长远计划。大学生是未来社会消费的新力量, xxx有必要做这项工作。

(5) 电视广告的建议:

突出安立久手部免洗消毒液的安全性及产品有别于其他品牌的消毒产品。突出“零损伤”和免洗的特点。

为了使“xxx手部免洗消毒清洗液”能够尽快在xx树立起良好的形象, 打入xx的白领和大学生市场, 良好的管理与适度的控制, 必将起到事半功倍的作用。

1. 组织的确定

“手部消毒液”是一个规模庞大且潜力巨大的市场, 如果能打入这一市场并能占据一定地位, 对我们的产品日后的发展将具有战略性的意义。我们不难发现, 日常生活的消毒清洁得到了越来越多的重视。特别是年轻的一代, 对消毒品的需求更是难以忽视。因此, 我们决定成立专门的机构, 对我们的产品的营销进行管理和控制。这专门机构是由各部门的具

有丰富经验的优秀人员组成，他们的主要任务是针对市场的需求，经过研究与分析，做出满足消费者的需求的决策与安排。

2. 预算（略）

3. 收益预计（略）

4. 计划进程表（略）

市场营销讲座内容篇五

《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。

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。

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。

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07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。

市场营销讲座内容篇六

大家晚上好!

在担任副总经理期间, 我将协助总经理在新的岗位上, 积极努力工作, 认真履行副总经理的职责, 认真学习专业知识让管理走上规范化的轨道, 建立能有效按上级要求完成好工作和达成目标的团队, 做好“用心服务, 平价周到”的经营理念, 以三米微笑服务广大师生. 以上的这两句话是我谨代表两位总经理对全体实超人的一点要求。

在此, 我向股东们说, 在全球出现金融危机时, 我们实训室的股值不贬反升, 这是一个非常高的消息!!我相信, 我们的合作与交流是我们共同进步的源泉, 让我们伸出合作的手, 把我们实训室的事业推上一个新的台阶。

最后, 祝实训室欣欣向荣, 大家身体健康, 并通过你们传达, 祝你们家人健康、快乐、万事如意。

谢谢大家!

此致

致敬!

检讨人□xxx

20xx年xx月xx日

市场营销讲座内容篇七

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，受益非浅。现在我就对这一个月的工作做一个小结。

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！

市场营销讲座内容篇八

我是学院xx级营销专业的学生，我来到了xx啤酒集团公司，成为一名实习营销业务员进行毕业实习，经过培训合格后，我进入了河南金星啤酒销售总公司；于是我被派往豫东的太康销售分公司，我从基层的访销员，实习业务员做起，时至今日已有三个月了。

在这段时间里，我学到了很多在书本中学不到的营销知识，这让我个人更加的成熟和坚强；在实习工作中，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20xx年啤酒大战，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3月是啤酒竞争最为激烈的时间，因为都在抢占市场；我们

金星也组织了大规模的铺货活动，比如把金星旗下的新一代，小麦啤酒等进行大的促销，并迅速的占领了优势市场，赢得了主动！

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金星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，经过较量我们金星买断了大部分饭店，但也付出了沉重的代价，花费了将近200万买店费！

时止今天，我的实习期已经结束了，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——xxx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，感谢教育过我的所有老师！学生在此向你们敬礼了，你们辛苦了！感谢当初录用我的集团人力资源总部的段部长和唐部长，同时再次感谢营销部长唐文广先生对我营销知识的指导和教诲！

市场营销讲座内容篇九

俗话说：纸上得来终觉浅，欲知此事需躬行。虽然我们学习有关市场营销专业的基础理论知识已经两年多了，但是我们还不怎么了解一个企业是怎样进行营销工作，怎样进行生产的。通过学校组织我们到茂名铁路运输公司，茂名石化物质供应中心，众和化塑集团有限公司等三家企业进行实地考察，参观，听取企业工作人员讲课，学习讨论，我不仅开拓了我的视野，而且还认识了市场营销专业知识在实际工作中的作

用。

本次实习的时间是□20xx年x月x日到20xx年x月x日。

本次实习的过程是这样的□20xx年x月x日，学校组织我们到茂名铁路运输公司进行了参观和学习□20xx年x月x日，学校组织我们到茂名石化物质供应中心进行了实地考察和听取该公司的李主任讲课□20xx年x月x日，学校组织我们到众和化塑集团有限公司进行了参观和学习讨论。

通过本次的实习，我了解了铁路运输公司的运输系统及操作和日常工作和管理的情况；了解了茂名石化的原材料是怎样供应，怎样采购，怎样储存和管理；了解了该公司的生产原材料的化学装置，生产原材料的运作和制成成品——塑料编织袋的生产流水线。通过这次的实地见习，我还了解到了各种营销手段是怎样被运用到企业的生产经营当中和各企业的营销管理特色。

这次的实习虽然只有短短的三天时间，可是，我已经收获良多。以下几点是我这次实习的心得体会。

（一）深刻了解茂石化

虽然来到茂名读书已经有三年多了，可是对于茂石化的了解说起来真的很少。平时，只是听别人说茂石化很厉害，有了茂石化才有了茂名，自己并没有主动积极地去了解茂石化。但是，听了茂名石化物质供应中心李主任的详细讲解之后，我对于茂名和茂石化终于有了一个全面而又深刻的了解。听了李主任的课之后，我不仅对于茂石化的起源历史有了深刻的了解，而且对于茂石化生产的产品、产品的特点、产品的用途都有了一定的了解。听了李主任的课之后，我对于石油在一个国家的重要性又有了深刻了解。这次的见习，给了一个让我深刻了解茂石化的机会。我也充分地利用了这次机会，好好地学习了茂石化的历史和生产过程。

（二）深刻认识到机械化在生产中的作用和管理

我平时都是生活在学校的象牙塔里面，很少有机会出去见习，就算寒暑假出去兼职工作，也是在劳动密集型的工厂里面做些手工活。在没有去见习之前，我对于生产机械化这一词真的没有什么概念。虽然通过教材的学习也知道现在的社会已经很发达了，很多的生产已经进入机械化生产，苦力已经渐渐退出生产环节了。可是，没有亲眼看到，亲身经历，我不能深刻体会到机械化在生产中的作用。来到茂名铁路运输公司，看到来来往往的火车在运输着各种各样的产品，可是，却看不到有很多很多的工人在现场指挥操作。

一走进他们的信息楼，看到有几个工作人员在一个很大的电子屏幕面前进行着各种各样的操作，我才明白到他们的这些运作是靠系统指挥操作的，已经进入半自动化了，所以并不需要很多的工人在现场进行指挥。而在现场的工作人员也不是去指挥工作的，而是通过系统了解到下面的机械出现了故障，下去维修的。再来到众和化塑集团有限公司，一个做编织袋的厂，年产3千万吨，我以为会有很多很多的工人在车间工作。

可是，一来到车间，我知道我原先的想法是错的了。倘若大的车间，一排排机械有序的排放着，高速运转地工作着，只是有一两个工人在工作。看着这些高速运转的机器，我终于明白到3千万吨的产能是怎么来的了。现在的生产已经是机械化地生产，再也不是传统的人力劳动了。机械化的生产，解放了劳动生产力，大大地提高了产出，降低了生产成本，保证了产品的质量，为企业的竞争提供了很好地保障。

（三）熟悉自己的产品和竞争对手

在见习的过程中，听了三家企业的主任，厂长的课之后，我发现了他们都有一个共性：就是非常熟悉自己企业的产品，尤其是产品的特性，用途，优越性和不足。不仅如此，他们

还非常了解他们的竞争对手，如竞争对手的产品特性，竞争对手的产出量，竞争对手采取了那些营销策略等。各位主任和厂长的经验之谈，很好地印证了老师教导的内容。在学营销基础理论知识的时候，老师教导我们在销售自己产品的时候，我们要非常熟悉产品的特性才能把产品很好地销售出去；在销售产品的时候，我们要宣传产品的优越性从而吸引顾客的眼球；在制定营销策略的时候，我们还要关注竞争对手的营销策略。我想理论与实践就是这样相结合的吧。这也是我们常说的：知己知彼，百战不殆。

（四）质量保证贯彻到实际生产中

在学习理论知识的时候，我们都知道也经常强调产品要保证质量才能销售出去，才能提高消费者满意度，可是，我们并不了解在生产过程中到底要怎样才能保证质量。在这次是实习过程中，我学习到众和化塑集团有限公司是这样做的。首先，引进先进的生产设备从而保证质量。众和化塑集团有限公司的生产设备都是非常先进的，这为他们的产品质量提供了保障。其次，建立质量方针政策，在车间的墙上挂上牌子，牌子的内容是这样的——公司质量方针：质量为本，市场导向，持续改进，用户满意；公司质量方针：目标产品合格率 $\geq 98\%$ ，顾客满意率 $\geq 95\%$ ，员工培训率100%，客户投诉和抱怨处理率100%。这样做，让每一个员工时时刻刻都记住公司对产品质量的要求，把产品质量要求深化到员工的言行中。最后，派专人负责检测产品的质量。在参观车间的时候，我们发现他们会派一两个员工专门负责检测产品的质量，并且定时检测产品的质量，从而保证产品的质量和合格率。

（五）根据实际情况制定科学的营销策略

在接近三年的学习中，我们学习了很多关于市场营销专业的理论知识，书本上也有许许多多的营销策略，如产品营销策略，价格营销策略，分销渠道营销策略，促销营销策略等。可是，在实际的营销工作中并不是一定都用书上所讲的营销

策略的。我有此感受，是源自于众和化塑集团有限公司销售部的聂经理所讲述的其亲身经历。该公司在刚开始销售k胶的时候，由于营销策略使用不恰当，导致销售不顺畅，积压库存产品。当聂经理上任之后，他不是采用我们书上所说的全部营销策略，而是根据市场的实际情况，重新选择经销商和加强对经销商的管理的策略，从而使得产品畅销出去。在聂经理销售n—甲基二乙酸胺的时候，也是根据市场竞争对手的实际状况，采用与竞争对手联合的营销策略，从而使得该产品的销售额增长了2倍，而不是完全照搬书本上所说的用4p策略或者别的。从聂经理的亲身经历，我深刻明白到营销策略理论知识与实际的营销工作是有很大差别的。在运用理论知识的时候，我们要根据实际情况做适当的修改，而不是全搬全抄。只有根据市场的实际情况，才能制定出科学的营销策略，从而才能达到企业的营销目标。

（六）实际营销工作中的产品定价

在我们学习企业定价的时候，老师告诉我们，企业产品定价受3c因素影响。可是，在实际产品定价的过程中，影响产品定价的因素何止3c。通过这次的见习，我了解到，一个产品的定价，要受到很多方面的影响。如产品的成本，成本高，定价高，这是毋庸置疑的；产品的供求关系，供过于求，定价低，供不应求，定价高，这个我们也是知道的；销售策略，如果是新产品，打入新市场，为了吸引顾客，一般都会采用低价格，而不是我们所学的撇脂定价法；销售量的大小，通常为了鼓励经销商多进些货，企业通常采用量多则价格优惠的定价策略；货款结算方式也会影响到产品的定价，通常企业采用的是现金结算就相对优惠，如果是赊销则要定相对高价策略；产品的运输方式也会影响到产品的定价，如果经销商是自运的话，企业则会给与优惠价格，但是如果是企业帮忙运输的话，不仅产品的价格会高些，企业还要收取一定的运输费用。实际营销过程中的定价程序也远远要比我们所学的定价程序要复杂的多麻烦的多。

（七）营销人员的素质要求

通过这次的实地参观，听报告的实习，使我重新认识到要做一名出色的营销人员还必须具备以下素质。首先，要具备4种深刻的意识：市场意识，效率意识，服务意识，创新意识。只有具备上面四种意识，才能洞察市场，提高效率，完善服务，不断创新。其次，要具备3种理念：树立市场第一的理念，树立随行就市的理念，树立服务至上的理念。只有树立正确的理念，才能支配正确的行为，才能把事情做正确。没事市场就没有所谓的产品，所以要树立市场第一的理念。只有懂得随时变通，根据市场的实际情况来改变营销策略，才能在竞争激烈的市场中永远占有一席之地。现在的竞争已经不再是产品的竞争，很多时候已经变成了服务的竞争，有服务的理念，才会把顾客摆在第一位，只有以顾客为中心了，才能提高顾客的满意度。

以上的几点是我在这次见习中的感受。这次的见习给我带来了很多的认识和启发。这次短暂而又充实的认知实习，我认为对我了解实际营销工作起到了一个桥梁的作用，过渡的作用。我将会更加努力学习，注意市场营销理论知识和实际营销工作的结合，为我将来从事营销工作奠定经验基础。