

市场营销大学职业规划书(实用9篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

市场营销大学职业规划书篇一

姓名：康xx

学号:1251xxx142

实践地点：甘肃省庆城县东方百佳超市

实践时间□xx年1月6日至xx年1月30日共25天

作为大二的学生，我们的社会实践也不能停留在大一时期的那种漫无目的的迷茫状态，社会实践应结合我们市场营销专业的实际情况，能真正从中受益匪浅，而不是为了实践而实践。我觉得我们在进行社会实践之前应该有一个明确的目标，为自己制定一个切实可行的计划。应注重实践的过程，从过程中锻炼自己、提高自己。因此，为了更好的了解社会，锻炼自己，感受社会就业的现状，体验一下工作，这学期的假期我根据时间及自己的实际情况继续在假期期间找了一份工作，进行实践锻炼。

本次实践的目的一方面在于锻炼自己专业知识的实践方面的能力，通过理论与实际的结合、个人与社会的衔接，进一步培养自己的业务水平、与人相处的技巧、团队协作精神、待人处事的能力等，尤其是观察、分析和解决问题的实际工作能力，以便提高自己的实践能力和综合素质，希望能帮助自己以后更加顺利地融入到社会，投入到自己的工作中。另一

方面我希望通过社会实践，来赚取相应的报酬来减轻家中的负担；而且从这次的社会实践中我也更加了解了超市，还学到了很多课本之外的很多东西，真的令我受益匪浅。

一般来说，大学的生活环境和社会的工作环境还是存在着很大的差距，学校主要专注于培养大学生的学习能力和专业技能，社会主要专注于员工的专业知识和业务能力。要适应社会的生存要求，除了要加强课堂上的理论知识外，还必须亲自接触社会参加实践，通过对社会工作的了解指导课堂学习。实际体会一般公司职员的基本素质要求，以培养自己的适应能力、组织能力、协作能力和分析解决实际问题的能力。

实践在帮助高校毕业生从校园走向社会起到了非常重要的作用，因此要给予高度的重视。通过实践，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。

实践的内容主要是在超市销售各类奶制品，学习超市的经营文化、销售技巧、团队协作精神、礼仪等各方面的知识。凭着对该超市营业额和产品的了解和其它超市的对比，突出该超市产品的优点和超市的良好信誉，积极开拓消费源，向顾客推销各种优质奶制品，完成超市分配的任务。

今年寒假从学校回来后，我就不停的在县城附近的各条商业街上找兼职。想在寒假这一个月里锻炼一下自己，同时也能多增长些社会实践经验。因为之前初中毕业和高中毕业后我都有在饭店和汽车专卖店里打工过，有一定的经验教训，尤其是大一暑假的时候在西安市新城区的彩艺广告公司打工，在那里确实让我学到了好多的东西，更加懂得了在工作上的坚持不懈，吃苦耐劳的品质。但由于回来时已经快到年末，寒假工已经不好找了，而且不管是餐饮、服装、休闲娱乐和工厂企业等都不招聘在校大学生做兼职。理由如下：第一是

没实际工作经验;第二是工作时间不长,学生在开学上学后留下空缺的岗位使公司又要重新招聘,浪费人力物力财力,所以在寒假回来后的前两个星期我去应聘都是四处碰壁。家人见我寻路无门又多次失败,建议我回家待着。当时我一笑了之,因为这次我社会实践的目标就是市场营销,这是我所学的专业,这个职业不仅能提高我的团队合作能力、沟通能力、语言表达能力等,更能够让我在与人交流沟通中学会如何与人打交道,而且还可以从中学到一些产品知识,让自己的文化修养、知识素养、社会涵养深入到生活中的实际里。使自己在面对大众、面对社会的时候能有胆识并能充分展示自己的能力。

由于我的坚持不懈,我很幸运的被庆城县百佳超市招聘为促销人员。我的职业范围就是为客户导购奶制品;我导购的产品包括伊利、蒙牛、银桥、牛奶梦工厂、光明等十几个比较知名的品牌。我的职业责任就是诚信的为客户本人及其家人介绍适合他们的奶饮,时刻做到微笑服务,把最优质的服务献给每一位客户。

每天我们早上8:30就必须到超市门前集合做早操,然后练站姿,保持微笑,然后相互整理着装,这大概要花费10到20分钟。而且我们还要在9:00以前清点好自己的产品区,晚上9:00下班,在岗时期要参与超市盘点和入库整顿,有空时帮理货员看看货架的排列是否整齐和清洁、货品的齐缺并且及时加货上架。虽然这道工序是重复昨天晚上下班前的工作。但是这就是企业管理的一道必要程序——万无一失的工作守则。它体现了精益求精,追求完美的工作态度。一个企业要想取得好的业绩,就要保证有好的服务。

在超市奶制品区里加上我一共有6个人。我与另一位男同事是导购员,其余4人,两个负责清点销售区与仓库里的牛奶,另外两个负责搬运。我们6个人其实没有明确的职责界限,都是互相帮助。我觉得寒假里不到一个月的工作虽然挺辛苦的,但却很充实。而且,我明显调查出众多奶制品中伊利,蒙牛的价格差最大,完全包含了高中低档的消费者,但同一级别的价格相

较于其他产品略高一点,也就在0.5到1.0元之间。市场上大众喜欢的品牌是伊利、蒙牛;小孩最喜欢的是旺旺、伊利、蒙牛;老年人也有买牛奶的,一部分是买给自己的,一部分是买来给小孩。但从整个超市营业额各个物品区销售所占比例来看,奶制品销售占前3名,据我们主管说这属于正常情况。看得出人们的生活水平和重视健康程度有明显提高。据我了解,一般包装是写有饮料两字的营养价值十分低,只有像特仑苏牛奶那样,或者产品介绍上写明所含营养成分及其比例多少的牛奶作为早晚餐食用的营养高一些,对人的身体更好些。

在接下来的日子里,根据现代市场营销学的理论知识所得,我已经了解了各个产品市场占有率、产品的功能特性以及消费者心理需求。我努力地寻找自己的不足,我也慢慢地开始敢于向顾客推荐适合他们的奶制品,我用我热情和耐心的服务态度感动着他们,于是我的销量慢慢的升高了;我不仅知道该如何去服务,更加努力地运用我们课本上的理论知识,比如,现代市场营销学的促销行为,这样一来,我的销售成绩越来越好,也得到了超市主管的和表扬肯定。

第一、服务是关键

做为一个服务行业,顾客就是上帝的服务态度是必须的,要想获得更多的利润就必须提高销售量。这就要求我们想要顾客之所想,急顾客之所急,提高服务质量,语言要礼貌文明,待客要热情周到,要尽可能满足顾客的要求。提高超市服务水平。超市服务员的服务态度直接影响到顾客购物心情。顾客是来买东西的,不能让他来受气,要做到微笑服务、宾至如归。如果对顾客耐心、关心,能让顾客倍感温馨,下次顾客真的会再次光临,这样做能留得住客,而且顾客也会产生广告效应,为你们的服务宣传,会有更多的人光临。

第二、诚信是根本

不管我们做人还是做事,诚信是我们是根本,是我们成功的

根基。所以说提高超市的诚信度是很重要的。俗话说“诚招天下客，誉从信中来。经商信为本，买卖礼在先。”优质的产品加上优质的服务才能诞生优质的超市。经济效益固然是根本，但是社会效益也是超市发展的助推器。要兼收两个效益，需要经营者与职工共同努力的。作为经营管理者要招具有较高素质的职工，但招高学历的还不太现实，但最起码要有较好的职业道德。有了诚信的员工，就会有诚信的企业，生意也会越做越红火。

第三、提高经营管理水平

经营管理者是一个企业的领头人，对企业起决定性作用。就像一个形象的比喻说的——由一只老虎率领的山羊部队，能够战胜一只山羊率领的老虎部队，足见领导者的重要角色。提高老板的素质是提高他本人管理水平的重要途径，而素质包括思想政治素质、职业道德、业务素质等。只有领头人素质高，才能树立起良好的信誉素质和企业形象，有利于超市的生存发展。

第一点：真诚

你的真诚会直接打动顾客。真诚待人不仅能从心灵上获取对方的信任，更是让顾客发自内心的感受到我们对他的重视。凡是要用发展的眼光看问题，金碑银碑，不如消费者的口碑，顾客对我们的许可，那才称得上是一笔巨大的无以比拟的巨大的精神财富。

第二点：沟通

沟通可以使很多事情变得顺利；沟通可以使关系更加和谐，因此，我们便要主动的与顾客之间构造出一座沟通的桥梁，让我们能够更加清晰的知道，顾客到底需要什么，又或者在言语中，我们可以推论出什么衣服才更加适合他，让他们能够买到称心如意的货物，从而另我们的商品交易能够更加顺利的进行。

其实,沟通不仅在商业上能够另我们获利,但对于我这为学生而言,这更是一次难得的学习机会,另我的口才与交流能力有了一次质的飞跃,真可谓是实现了一次”双赢”。

第三点:热情与耐心

热情与耐心,就像火与冰,看似两种完全不同的东西,却能碰撞出最美丽的火花.的确,每一个顾客的思想,喜好都是不一样的,面对各式各样的衣服,便会不由自主的挑剔起来,这便会令你既是烦躁不安又是一份无奈,面对如此烦琐的活儿,我们是否可以坚持下去,靠的便是那份来自心灵最深处的热情。

第四点:主动

当我们用该的主动去请缨,能为自己赢得更多的机会,只要是勤问、勤学、勤做,就会有意想不到的收获。在此期间,自己接触其他人,和他们的交流机会也增多了,而正因为这样,我在工作中也逐渐变得勇敢,虽然开始也会有所顾顾忌,怕主动请缨会招来不必要的乱子,更怕那种另类的眼神会围绕着自己打转,但事实告诉我应该对自己有信心,应该有勇气去尝试,即便在尝试中失败,也能让自己成长,没有锻炼机会,谈何积累和成长?而这一切,只能靠自己去争取,等待只能让你在沉默中灭亡。只有主动,才能为自己创造良机。

总而言之,这次的社会实践让我过得很充实,收获很大,也让我认清了如今大学生就业也很困难,尤其是在校大学生更是难上加难,这就激励我要更加充实自己,锻炼自己好适应社会的需求,真真正正的成为人才,也学到了一些销售技巧,感悟到了与人交流的艺术,提升了我的综合素质.这段经历无论是在今后的学习上,还是在公司任职,更或者是在今后的生活中都是一笔宝贵的财富。

市场营销大学职业规划书篇二

伴随着比较紧凑又略显紧张的工作节奏，我们要做的是保持稳定，这段时间的工作我们非常努力，好好总结并写一份述职报告吧。相信大家又在为写述职报告犯愁了吧！下面是小编收集整理市场营销专业报告，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

岁月如梭，白驹过隙，忙碌的20__年已经过去，在这一年里在公司领导的正确领导下，在各部门的配合和帮助下，经过个人的不懈努力和辛勤工作，市场营销工作得以顺利进行，虽然取得了一定的成绩，下面结合我今年的工作，将20__年个人的工作情况作如下总结：

一、完成营销工作

今年成功出运集装箱吨，较往年同比上升%；承接客户委托全年约票；新开发客户量；这都我个人全年工作的成果；今年我在营销工作上开动脑筋找市场，兢兢业业的工作；大步向前为客户，优质服务赢市场；在思想上加强学习，学习公司各项管理制度和专业业务知识，不断提高自身的政治觉悟和专业水平。经过一年的辛勤工作，圆满的完成的下达的任务指标。

二、极力配合客户订单要求，以达到客户满意

在接到客户订单后首先对订单内容进行评审，主要评审项目有型号，数量，单价，结算方式等相关内容。根据客户订单要求下达生产订单给各相关部门并跟进订单的完成情况，以及相关异常情况（如订单变更）的处理跟进。

三、合理安排客户的送货及运输方式并追踪

配合各商务人员的客户订单的送货安排，并合理安排运输方

式，以尽可能地减少公司的运输成本。如未能按期安排送货，则及时与各商务人员进行沟通协调安排。快递与货运的发货追踪，并负责跟进发货情况。

四、每月定时制作客户的对帐明细，配合部门目完成收款工作

每月完成客户的订单对帐单制作，及时跟进确认回传情况。定期安排给客户开具销售发票，并追踪货款的结付情况；并配合其他部门完成货款的收取。

在20__年的工作中，本人勤勤恳恳，努力上进，尽心尽力地工作，为公司的发展尽了自己的一份薄力。在新的一年里，我将以不断加强自己的工作能力，揽括更多的工作任务，承担更多的工作职责，以提升自己的业务能力和增长个人的工作经历。

五、明年工作的展望

在新的一年里，我要加强业务能力及提高水业务水平，补充能量，为迎接下一个挑战做好准备。我要做好以下几个方面的工作：

3、业务上：抓住各单位的关键客户和内线客户，了解客户的信息，做好客户服务，不断开发新的客户，加大市场氛围。

在过去的一年里，通过个人兢兢业业的工作，圆满的完成了公司的下达的各项使命，得到了领导肯定和同事的赞扬，这对我是一种鞭策，20__年我将以越发饱满的事情热忱投入到销售事业中去，为公司的发展贡献自己的力量，祝公司明天更辉煌。

技能型人才指的是在技术和生产的过程中，兼具专业知识和精湛的操作技术，能够在工作中解决核心的技术问题的工作

人员。在当前形势下，国内高技能专业人才在数量和结构以及素质都不能满足当前社会的发展需求。大多数企业最缺乏的还是具备高素质和高技能的专业市场营销人才，高技能人才的缺乏在一定程度上还阻碍了国家经济的发展。

一、社会对市场营销素质技能人才的需求特点

根据相关的调研结果和社会对这方面人才的需求来进行分析，主要有以下两个方面的特点：

1、专业素质要求高

由于全球经济化程度不断地加深，国家对外资金进入中国市场也逐渐放宽了政策，越来越多的国外产品能够在国内进行销售，这也给国内相类似的行业造成了一定的压力，因此，对于企业来说，在制定营销以及人才培养策略时，要考虑的因素也越来越多，例如数据以及科学的方法。但由于现阶段，我国营销专业人才在素质和专业技能各个方面都存在着一定的差距，因此，营销专业人才因为需求结构的变化而变得更加的抢手，这就导致了营销人才的需求在数量和质量上的短缺。

2、知识结构向复合型层次提升

近些年来，从大多数企业对于市场营销人才的需求情况来看，对应聘者的要求一定是要市场营销专业方面的人才，但对其他方面的需求就比较少，但从企业的长远发展来看，企业对营销专业人才的需求将不仅仅在停留在掌握专业的营销技能，而且还要具备扎实的专业知识，这样复合型的人才将会受到企业更多的青睐。

3、专业需求人才层次分析

从人才的需求上来看，大专生的情况是供过于求，而针对于

市场营销这一类专业来看，本科生与大专生的情况相类似，差距并不大，导致这种情况的原因在于大专院校在培养人才方面注重理论与实践的结合，大专院校在培养营销专业学生时，引导学生往多方面发展。目前，大多数学校也与企业达成协议，学校培养学生理论知识的同时，由企业为学生提供实践的平台，以此来提高学生的实践能力，通过两者的结合培养出复合型的高素质营销人才。

二、营销专业素质技能人才培养策略

为了满足各大企业的需求，社会经济发展所需要的专业营销人才，在人才培养的过程中要将素质教育融入到整个教学课堂、社会活动以及考核机制中。

1、提高校内实训能力的量

在实际课堂教学中，要提高学生实际操作模块的量，提高学生运用知识的能力，打好学生实践基本能力的基础。为学生制定更多的实训方式，在一定程度上增加实训强度，利用各种实训场所，模拟各类工作岗位环境，让学生在相类似的环境中熟悉岗位的操作流程和技能，让学生更加顺利地走向工作岗位。除此之外，对于学校来说要增大对实训场地的建设，保证学生能够顺利地进行实训和顶岗的实习，让学生在实际的工作岗位环境中完成工作前的训练看，以此来提高学生对实际岗位的认识，减少适应工作所需要的时间，提高工作效率，锻炼工作能力。

2、提高企业对学生的实训以及顶岗实习的工作

企业的实训工作才是学生实训工作的真正环境，对于市场营销行业的学生来说，单个企业是无法向学生提供很多的实习岗位的，不能让学生进行集中实训，只能进行单一实习，这样的情况不利于学校的统一管理。因此，学校与企业方面要设立对学生的管理制度、工作流程和考核机制，与用人企业

达成共识，对学生的实习过程进行严格的考核。在分散实习时，要培养学生的团队合作精神，鼓励学生成立小团队，发挥小组自身职能，小组的实训工作由统一的专业人员进行指导，成绩并由相关的技术人员共同考核。

在企业内的实训中，要注重对学生实践能力的提高，由校内的专业教师和校外企业的专业人员共同组成教师队，对学生进行综合实训。实训的内容应结合理论知识、实践能力和职业素养于一体，对学生进行岗位技能的训练与实践。设定主要的工作任务为目标，指导学生从工作制度、工作模式以及对工作的态度和价值观中熟练工作流程，感受工作的情感、态度与价值观。让学生能灵活地运用职业综合技能，为学生未来的职业发展打下坚实的基础。

此外，在实习的过程中，要重视对学生的职业素质以及专业技能的掌握应用，教师应该要与学生进行及时的沟通，对学生在实训过程中遇到的问题要帮助其解决，并做好相应的监督记录，最后也要督促学生写好自己的实习周记和报告，完成教学任务。

三、结束语

目前，市场上对营销专业人才的需求越来越大，而大多数企业缺少的就是高质量的营销专业人才，市场营销行业的就业前景较好。而作为培养高水平的高职院校，在对市场营销的人才培养中，要考虑到不同市场对人才的不同需求，注重学生的专业技能、实践能力、职业素养的培养，制定符合企业需要的市场营销人才培养计划，为社会输送更多的营销专业人才。

市场营销具体来说就是企业在实际经营发展过程中以满足客户的需求为中心所实施的一切与产品生产、流动、销售和售后服务相关的经营活动。在现代社会的市场竞争中，任何企业想要获得一定的竞争优势都离不开市场营销活动。因此在

企业建设过程中还应该进一步加强对市场营销管理工作的重视，以科学的管理提升营销水平，促使企业获得更好的发展。

一、我国市场营销的发展和演变

市场营销经过长时间的发展到当今社会已经具备一百多年历史，在漫长的历史演进过程中，由于社会环境不断发生着变化，也对市场营销工作的主要内容进行了适当地调整，而从整体上进行分析，当前我国市场营销工作主要包含三个发展阶段：其一，产品导向阶段。在这一阶段中客户往往追求产品的质量 and 数量，基于此，企业一般将经营重点放置到内部运作方面，往往不会过于关注客户的需求。其二，销售导向阶段。在这一阶段中，受到全球性经济危机的影响，社会大众的思想意识发生了一定的变化，消费者在产品选择过程中具有更大的自由，但是受到自身收入情况的限制，消费者对产品的需求没有发生过大的变动。因此企业在市场营销工作中开始将高效的销售产品作为工作重点，一般通过推销完成产品的销售。但是对推销工作的过度重视导致一些销售人员在推销工作中实施过度营销，极大影响了社会大众对推销工作的信任度，到当今社会推销工作在企业市场营销中的优势逐渐开始丧失。其三，市场导向阶段。这一阶段中企业将满足消费者的消费需求作为营销工作的重点，在产品的生产和销售过程中都相对关注消费者的意愿。因此企业市场营销工作的开展必须要重点关注市场信息的搜集，并通过数据分析发现消费者的消费倾向，结合消费倾向制造相应的产品，促使营销效率和效果都得到了一定的提升。

二、对市场营销管理工作进行改革创新措施

（一）进一步创新营销工作理念

市场营销理念是社会主义市场经济的一部分在实际发展过程中必然会受到社会发展形势的变化而进行适当的调整。因此在当前社会更为重视科技创新的情况下，基于消费者消费需

求的多样化和个性化特征愈加明显，并且具备充足的时间和金钱进行消费选择，因此企业应该结合这一特征转变传统营销工作理念，探索现代化的营销思想，进而真正树立以消费者的消费需求为核心的营销理念，满足不同消费者的实际消费需求。同时，在对消费市场进行合理调查的基础上，还应该在营销管理工作中对市场营销渠道进行进一步的拓展，以个性化产品和服务的生产逐步提升营销工作的针对性和适用性，为企业市场竞争优势的获取创造条件。

（二）加强对绿色营销工作的探索

随着社会的建设发展以及人民生活水平的逐步提升，社会大众在生活中逐渐加强了对低碳理念的追求，甚至在消费生活中也往往倾向于选择低碳产品，在促使社会环保建设取得一定进步的同时，也对我国市场营销工作产生了一定的影响，为营销管理工作的开展指明了发展方向。因此，基于当前社会消费需求，新时期加强市场营销工作的管理还应该注重对绿色营销的探索，在市场导向下在企业中树立绿色营销理念，真正打造绿色营销品牌，进一步提升消费者对企业产品的认同感和接受程度。同时，为了进一步推进我国和谐社会的建设，国家相关部门也应该加强对绿色营销工作的探索力度，通过实施科学的绿色营销管理引导消费者逐渐树立更为科学的绿色营销理念，自觉抵制会造成环境污染或者资源浪费的商品，在维护社会环境，推进社会和谐发展方面贡献相应的力量。

（三）积极引进网络营销思想

在当前社会背景下，科学技术得到了进一步发展并在社会上得到普及性应用，对社会建设以及人们生活水平的提升产生了一定的积极影响。随着人们生活水平的提升，网络信息技术也在全社会范围内得到了一定的普及，促使企业的商品营销和社会大众的消费观念和消费方式发生了相应的变化，人们开始尝试借助网络购买相关商品，网络营销思想也随之应

运而生，并且受到网络开放性和适用性的影响，市场营销更为关注消费者的个性化需求，企业市场营销工作的开展也往往以消费者为中心，希望能够通过开发对消费者消费欲望具有一定刺激性的产品来提升营销效率和效果，最终促使企业获得更好的发展。因此加强对营销工作的管理也应该重视探索网络营销思想，借助相应的数据分析技术从对消费者的消费诉求进行分析，进而针对消费者的消费倾向制定有针对性的产品生产计划，真正实现对市场潜在用户的挖掘，从而切实推进企业持续健康发展的营销目的。唯有如此，才能够真正在现代社会进一步推进营销变革工作的开展，借助现代化的营销管理理念对营销环境进行调整，在促进企业发展的同时为消费者的合法权益提供相应的保障。

三、结语

综上所述，伴随着社会的变迁市场营销也在社会变化的影响下发生了巨大的变革，从最初的以产品为导向逐渐过渡到当前社会的以市场为导向，市场营销工作的经济适应性得到了显著的增强。因此基于当前市场经济的实际发展需求，应该对营销管理工作进行改革创新，为企业持续健康发展提供更为有力的支持。

一、乳业市场现状分析

对中国奶业来讲，在经历了20__年奶业悲喜交加的一年后，20__年初奶业形势出现好转，犹如大病初愈的病人，虽然没有完全康复，但已经脱离了病态，如同人们所说的病好如抽丝一般，显示了奶业新生的活力。首先是市场销售进一步好转，消费者信心基本恢复，乳品销售阻力减少；其次是奶源出现紧缺，各地都传出企业争抢奶源的信息，例如宁夏流动奶站收奶被媒体曝光。奶源紧张直接导致了收奶价格一路飙升，最高奶价达到每公斤4.15元，目前基本上维持在3.5元左右。奶价的上涨让乳品企业生产成本大幅度增加，据了解，上半年全国大部分乳品企业处于亏损状况，仅奶源一项，

开支就增加了30%以上。奶源涨价把去年乳品企业挣的利润基本上消耗殆尽。由于奶源紧缺，一些无良企业把20__年的一些库存问题奶粉抛出，被有关部门查获，处理了直接责任人，有力遏制了问题奶粉流向市场。

二、伊利营销策略现状

1、产品策略

“用全球的资源，做中国的市场”，这是伊利提出多年的口号。在伊利看来，要在竞争激烈的乳品业市场生存发展，关键是控制好链条的两头——一头是奶源，一头是销售。内蒙古有着发展奶业得天独厚的自然资源。但是，资源优势并不等同于经济优势。牧场、奶牛、加工、市场是一个有机的链条。要达到顶端的经济优势，必然要经过转化与整合。

纯奶与酸奶在未来一段时间内仍将是市场的主流产品。伊利在区域、人员结构及通路建设方面有着较为明显的优势，主流液态奶还会有二三年较好的上升空间。海洋生物奶、高镁高钙高维奶等仍处于制造概念或树立形象的阶段。因此，我们认为，在奶源得到保障的基础上，首先要认清乳业的发展趋势，确认主攻方向是常温奶还是保鲜奶。同时，着手开发差异化产品，作为企业新的利润增长点。

2、渠道策略

液态奶的主导性零售终端是连锁超市、大卖场与社区奶站。超市与大卖场能为企业带来品牌的提升，扩大销量；社区奶站能锁定顾客，改善现金流量；就通路本身比较而言，社区奶站是企业的专用渠道，顾客很少受竞争品的干扰，因此能保证客源与产品价格的稳定性，然而要建立这样一条渠道需要较长时间。面对家庭销售逐渐形成直复营销模式，电话订购、送奶上户在不少地区已渐成气候。这一销售方式在当前阶段突出的是服务功能，它在一定程度上提升了瓶袋装牛奶

的附加值；进一步的发展将会过渡到客户资料库营销，将突出一对一的个性化营销与服务。连锁超市与大卖场是一条公用的渠道，品牌之间相互干扰相当严重，顾客对品牌选择余地大，并且经常受促销影响而转换品牌，因此想稳定客源与保证正常售价往往比较困难。

因此伊利公司充分意识到竞争环境使牛奶的利润空间逐渐减少，已不适合走多级分销渠道。20__年，即加大对终端的投入：包括买断大卖场的堆头位置，加大伊利形象店的建设、投入大批促销人员等。20__年依然是持续对大卖场、连锁超市与社区奶店这些零售终端的掌控与建设，并且逐步重视对市场变化作出快速反应的机制建设。

3、促销策略

伊利的广告投放焦点仍然是央视。2亿元的广告投入，对任何一个企业来说，都是一笔很庞大的支出，没有强有力的销售收入作后盾，是绝对花不起这些钱的。但是相比乳业新军蒙牛，其以3、2亿勇夺央视标王的做法，是不是显得伊利在营销方面的保守？我们认为蒙牛的做法虽然突显了其欲在乳业大展拳脚的雄心，但其决策却不见得稳健，略显冲动。其可能凭借事件营销之势将品牌建设再上一层楼，但是否以缩减市场费用为代价？如果真如此，作为快速消费品，仅有品牌之名，而不能给予消费者以品牌之实，结果堪忧。

伊利“心灵的天然牧场”定位是相当成功的，给人以一种亲切而又迷人的感觉，不失活力、贴近消费者而又没有盛气凌人的霸气。天然牧场，突出了内蒙古奶源的优势，而通过心灵的沟通又对品牌形象进行了感性的升华。在推广过程中，辅之较强视觉冲击力的广告画面，取得了消费者的信赖，并逐渐建立起清新健康的品牌形象，这为伊利打下市场销售神话提供了强有力的感性支持。可以说，伊利成功的品牌定位使其在市场运作中事半功倍。

三、对伊利营销策略的建议

1、伊利的广告路线，在我们看来并不明朗，建立在感性层面上的“心灵的天然牧场”与建立在理性层面上的“天天天然，伊利纯牛奶”，看起来并无关联，前者有打动人心，引起共鸣之感，而后者却显得苍白无力，停留在纯粹的口号上，没有让消费者感受到它实质性的内容和依托。我们认为：对前者进行挖掘与深化，是伊利的品牌建设之道。伊利提出要做中国乳业的第一品牌，这就意味着它必须维护好消费者对乳制品恒久的心理期望，那就是绝对的绿色、天然，至鲜至纯。为此，伊利必须把自己的经营理念定位在为消费者营造“心灵的天然牧场”，并将这一概念融会到产品和企业文化中。

3、首先要有一个健康的经营理念，这是企业发展的前提；对于食品行业来说，消费者关注的是产品的质量，而这也是企业的立足之本；将以健康的产品为先导，将消费者健康作为一贯追求的目标；这便使得两家企业能够在20__年因出现多起劣质而日益不受信任的中国奶粉市场中脱异而出，成为中国人相信的放心品牌。

市场营销是企业经营和管理的核心职能，特别是大型跨国企业，尤其把市场营销的品牌管理和公关、市场策划活动视为企业制胜的关键。

一、调查对象和研究方法。

(1)调查对象和内容有效问卷为213份。在校学生为调查对象，调查内容为报考前对所学的专业的了解程度、对自己兴趣的把握程度、对该专业的了解是通过何种途径、选择专业时考虑的首要因素是什么、对所学专业的教学计划和培养日标的了解程度、对学校的专业教育方面的满意度、是否想过转专业及转专业原因、所学专业的前景信息度等，问卷共设计了11个问题，对专业满意度的评价提出了11个问题，同时对专业各项目满意度评价提出了11个问题。

(2)研究方法文献资料法、调查问卷法、数据统计法、逻辑分析法。

二、结果与分析。

1、凭兴趣爱好初选市场营销专业的学生比例偏低。

选择学校和专业由于是兴趣爱好选择营销专业的占到36.62%，要受父母和他人的建议的只占到12.68%，但是被调剂的占到28.33%，受分数限制只有报考市场营销的占到28.63%。在调查过程中发现，在大一学生中，兴趣爱好选择营销的人数只有36%左右，但是在做访谈时，大三学生中有50%的同学表示觉得市场营销专业很有意思，在被调剂的同学中，有40%的同学表示不愿意转出市场营销专业的原因在学习过程中发现觉得市场营销不是原来所想象的，现在有兴趣学下去并从事相关工作。

2、专业认知教育不够。

学生的专业认知教育欠缺导致学生在选择专业时的盲目性，体现在对所学专业的教学计划、所学课程、培养目标、专业理想、就业方向等等缺乏了解，经调查得知，有80%的学生表示不了解所学专业的教学计划和培养目标。即便达到了解程度，有相当一部分同学要在上学两年，甚至两年以后。虽然近几年来，学校逐步认识到了专业教育的重要性，加强了学生的专业教育，帮助学生树立正确的专业理想，但调查显示，仍有12.6%的学生对学校的专业教育不满意，3.29%的学生表示很不满意，只有50.23%的学生对营销专业表示一般。

3、学生自认为专业素质迷茫。

在学生应具备的基本素质方面调查中，62.5%的学生选择了随机应变能力，55%的学生选择了用于创新；但是在如何获得这方面的能力时，又很迷茫和无措，有高达82.5%的同学认为应

具备英语四六级证书，有20%的同学想过要考会计从业证书。他们寄希望这些证书可以帮助他们获得素质证明。

4、学生对老师的实践经验很在意。

46.01%的学生认为实践经验是很重要的，只有30.99%的学生认为理论水平很重要。据此可以看出学生更希望在课堂上领略商场经营的分享。

5、学生对专业教育的期望。

有高达42.72%的学生认为策划，销售管理的实践很重要，但是只有5.16%的学生表示对这些实践课程很满意，31.92%的学生表示基本满意。

三、思考和建议。

1、专业认知度对学生成功成为企业所需要的人才有着指引的作用。

如果带着认知偏差进来，或者是带着无奈和被强迫学习专业，将导致严重的学习动力不足。因此在校期间老师要做很好的引导，否则应该允许其选择自己适合的专业，体现了学校对学生的意愿的尊重，是高等教育制度进步的表现。

许多同学对于专业认知非常缺乏，对于专业的培养目标、课程设置和就业方向概念模糊，千方百计转入一个“热门”专业，而不能根据自己的兴趣和能力选择适合自己的专业。众所周知，专业选择和以后的就业密切相关，在转专业的学生中，认为进入热门专业就能够顺利就业。事实并非如此，况且，眼前的热门专业几年之后可能社会需求饱和或者形势发生变化，成为冷门专业了。因此，避免转专业闹剧的重演和国家教育资源的浪费，就应该加强学生的专业认知教育。

2、建议。

(1) 加强专业介绍活动。

目前，学校采取的专业介绍是大一军训后进行一次专业动员。但效果一般，在大一新生毫无概念的情况下介绍培养方案体系，由于学生的理解和介绍能力有限，效果不佳，这种活动要在以后的每一学期都开展，可以请专业课教师或有关专家讲解专业特点、专业优势，帮助学生及时树立正确的专业理想。

(2) 注重培养学生的综合素质。

从调查中可以看出，学生对实践教学时有着很高的热情。所以现在，用人单位更看重学生综合素质的高低。所以，提高学生综合素质是每个学校的培养目标，它包括学生的工作能力、基本能力和求职能力等。无论选择何种专业，学生只有提高自己的综合素质，才能在社会的竞争中立于不败之地。

(3) 加企业实践活动打开学生的视野。

需要学校提供资源，使得学生在校能与企业亲密联系，通过实践活动各行各业的市场营销活动运营方式，打开专业思路。

(4) 加强就业指导教育加强学生的就业教育。

以职业为导向进行专业选择，避免选择的盲目性。可以请已经在社会上取得成绩的往届毕业生回校进行现身说法，用他们自己的成功事迹来教育学生，学生从中感受到的印象会特别深刻，也最能触及学生的灵魂，引起学生的共鸣。

市场营销大学职业规划书篇三

我是一名学习市场营销专业的xx届毕业生，在今年2月25日很

有幸被金星啤酒集团录用，成为一名实习业务员，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，我不仅学到了很多在书本中学不到的营销知识，也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xx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月和4月份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——河南商业高等专科学校，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，感谢三年以来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！感谢销售总公司张占波副总对我的关心，感谢主管孙经理对我的培养，感谢太康销售分公司我的同事们一直以来对我的关照，再次向你们致谢！

市场营销大学职业规划书篇四

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，较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*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”通过努力我终于在较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。

在为期1个月的实习里，我象一个真正的员工一样拥有自己的工作卡，感觉自己已经不是一个学生了，每天7点起床，然后象个真正的上班族一样上班。实习过程中遵守该厂的各项制度，虚心向有经验的同事学习，一个月的实习使我懂得了很多以前不知道的东西，对*市造纸厂也有了更深的了解，通过了解也发现了该厂存在一些问题：

(2) 销售业务工作管理还不够完善，资金回笼有时不够及时，直接影响工厂的正常运转；

(3) 市场信息反馈较慢，对发展新客户的工作作得不够细。

实习是每一个大学毕业生必须拥有的一段经历，他使我们在实践中了解社会，让我们学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，也打开了视野，长了见识，为我们以后进一步走向社会打下坚实的基础，实习是我们把学到的理论知识应用在实践中的一次尝试。我想，作为一名即将毕业的大学生，建立自身的十年发展计划已迫在眉睫，不是吗？信奉在哈佛广为流传的一句话：

if you can dream it□you can make it□

较后衷心感谢*造纸厂给我提供实习机会！

市场营销大学职业规划书篇五

我是一名学习市场营销专业的20xx届毕业生，在今年x月x日很有幸被xx啤酒集团录用，成为一名实习业务员，经过培训

合格后，我进入了xxxx啤酒销售总公司；于是我被派往xx的xx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，我不仅学到了很多在书本中学不到的营销知识，也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xx市场是xx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xx啤酒，餐饮渠道的xx啤酒，当然了还有其他品牌的啤酒，如xx啤酒□xx啤酒等等。

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xx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□xx元/箱□xx20带3□xx元/箱□xx10带2□xx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xx买断了大部分饭店，但也付出了沉重的代价，花费了将近xx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xx商业高等专科学校，一直以来对我的培养，感谢市场营销系全体教师传授给我的营销知识，感谢三年以来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x部长和x部长，同时再次感谢营销部长xxx先生对我营销知识的指导和教诲。

感谢销售总公司xx副总对我的关心，感谢主管x经理对我的培养，感谢xx销售分公司我的同事们一直以来对我的关照，再次向你们致谢。

市场营销大学职业规划书篇六

通过在xx港的实地实习认识，使我们对港口的经营管理、以及其它相关设施的设计与布置，有了一次全面的感性认识，加深了我们对所学课程知识的理解，使学习和实践相结合。

实习性质：专业必修实践课。认知实习是我们市场营销专业学习计划中的重要组成部分，是培养高素质的应用型人才必不可少的实践性教学环节。

实习目的：根据市场营销专业的培养目标，认识实习不仅有助于学生后续课程的学习，而且也有助于提高学生分析实际问题的能力。认识实习旨在让学生认识和了解市场营销，增强学生对市场营销的感性认识，进一步加深对专业培养目标的认识。通过实习活动，锻炼学生分析实际问题的能力，培养主动的工作作风和学习态度。认识实习目的是使市场营销学生在进行专业学习中，对本专业的特点和学科性质形成初步印象。通过认识实习，使学生对市场营销专业在市场总的重要地位形成基本感性认识。

实习任务：认识实习的主要任务是通过港口运输的实地参观考查，了解港口货物的物流程序，以及货物运输方式与过程；在掌握国际货物运输最主要的方式—集装箱运输的情况下，全面了解国际货物买卖合同的实务操作流程。

上港集团xx港务有限公司的机关本部以及外贸码头分公司、龙开河分公司、货运代理分公司和集装箱分公司等公司。

xx港位于长江黄金水道与京九铁路交汇处，江西省唯一通江达海的对外贸易口岸。1980年经国务院批准为国家一类对外贸易口岸，上通重庆，下达上海并延伸直达世界各地，全年可通航5000吨级船舶，已开辟日本、韩国、东南亚及欧美等国家和港澳地区直达或中转航线，1991年获准对外籍船舶开放□20xx年被列为我国内河25个主枢纽港□20xx年确定为交通部重点联系港航企业和被列入国家“十一五”规划扩大开放水运口岸□20xx年辟为对台直航口岸。

20xx年2月1日，上海国际港务（集团）股份有限公司积极参与xx港的改制，与xx国资委共同发起成立了上港集团xx港务有限公司（简称□xx港）。公司注册资金6亿元人民币，上港集团占股比91.67%□xx市国资委占股比8.33%。公司下辖10家分公司，2家控股公司。主要从事：货物装卸、储存、中转和水陆运输；集装箱拆装箱、清洗、修理；仓储、保管、加工、

配送及物流信息管理；船舶靠泊、船舶拖带、船舶分解队、船舶燃物料供应；船务代理、货运代理；港口机械设备制造、安装和销售；港口设施租赁；港口信息、技术咨询服务；港口码头建设、管理和经营。

目前公司拥有生产性码头泊位18座（含2座租赁泊位），工作泊位3座，其中5000吨级泊位9座，堆场总面积32万平方米，岸线总长2190米，铁路专用线8条近3000米，各类装卸机械设备200余台，最大起重能力50吨，年通过能力1000万吨。

实习期间，我共去了总部的生产业务部和下属分公司的经营管理部。生产业务部和经营管理部主要负责营销、揽货、货物调度、出口操作、储运、进出口等活动，在每个部门，通过阅读内部资料，以及诸位师傅们的讲解，我对业务流程有了充分的了解。

出口业务流程，从宏观上看，货主有一批货物通过航运出口，需要解决三大问题：

一是货要可以运—即货主自主或我公司报关员代为海关报关，同时根据目的港、中转港情况或其他航运条件限制，确定是否能够承运货主的货物。二是要把货装在船上一即要有适当的箱体盛放货物，还要有舱位。三是货要集港—即在航运前，货物要在指定的时间运送到指定的地点，统一集港。

出口业务的流程就是解决这三个问题的过程，首先，生产中心业务员通过网络，电子邮件或电话承接业务，业务员根据货主提供的信息及货主的需求并结合当前的航线、港口情况确定是否能够承接此票货物运输，同时要确定是由货主自行报关还是委托我公司为其报关。确定后，将货主所提供的信息录入系统，生成货物委托书，并通知出口操作部相关航线操作员。出口操作业务员根据货物委托通过系统为客户订舱，并生成提箱单，并将相关信息传至箱管部与储运部。客户自主决定是自己装货集港，将货物运至堆场，或是由我公司储

运部出口陆运科代为进行出口陆运。最后，集装箱在港口集港，装船运输。财务运作以及相关单证操作贯穿整个流程。

除以上对业务流程的学习外，我阅读了很多内部资料如船期表、xx港务有限公司各内部期刊。通过阅读这些材料，加深了我对航运这一商业领域的了解，包括中远以及全球各大船公司的业务情况；熟悉了中远承运的各大主要航线—亚太，美西，美东，欧地以及内支线，同时也记住了国内及全球各主要大型港口；记录了与航运有关的专业英语词汇及英文缩写意义；学习了imo国际危险品条例，各危险品代码所代表的危险品种类以及相关xx港务内部文件；阅读了与货运有关的国际公约以及国内法律，积累了一些常识；知道了一份完整的进口陆运项目招标书应包括哪些内容。

第三周在集装箱码头实习期间，我们参观了码头堆场。通过对堆场的参观，我近距离观察了各种箱型—20尺柜，40尺柜，40尺高柜，45尺高柜，20尺冷柜，40尺冷柜，ot箱，框架箱等，对箱体的构造，使用有了直观的了解。同时，两次随业务员赴堆场监督装卸货，各类大型操作车辆以及现场装箱过程都给我留下了深刻的印象。与外贸码头相比，集装箱码头堆场占地面积更大，有完备的信息及监控系统，在集装箱码头参观期间，我通过公司总经理了解了更多关于堆场的知识，如堆场操作流程，装箱成本组成，堆场经营以及发展模式等，并留意观察了堆场的布局，堆箱场地及装箱场地的位置，车辆进出方式以及一些货物的现场装箱，深刻体会到了物流系统规划在现实操作中的意义：好的物流系统不仅仅是对操作流程的优化，更重要的是对突发事件的应变能力。

经过在不同部门的实习，我对这四个部门的工作内容都有了大致的了解，通过观察业务员们的工作，听他们与客户的电话，以及同事间的相互讨论，我对实际工作中应注意的问题作了一下总结：

xx港务的承诺之一是“以客户满意为目标”，客户满意是建立

在客户的需求得到满足的基础上的，由于货物种类千差万别，每个货主的需求可以说都是不同的，因此要深入分析客户的需求，统一的标准化的服务有时并不是最好的，就像一个大的饭店，我们既要有满汉全席，也要有煎饼果子。目前货运行业竞争激烈，我认为我们要扩大目标客户群体，让客户第一时间想到的是xx刚，这也便是做好“客户满意”的最终目标。

在了解客户的基础上，同样重要的是，要让客户了解xx港。在实习中，我经常发现，有的客户或者一些上游货代一味按照自己的行为习惯做事，导致货物无法按时集港或者延期赴运，甚至有时他们的业务流程是和我们的业务流程相矛盾的，不但耽误了他们自己的货物出运，也给我们的业务带来了很大麻烦。因此我认为，在处理每项业务的时候，都要尽可能的让客户了解我们的业务流程，与客户达成共识，避免给双方都带来麻烦。

除了要与供应链上下游保持密切的关系以外，在实际的工作中，快速的反应能力以及对突发事件的应变能力是非常重要的。我在营销中心实习的时候，发生这样一件事——一天下午四点左右，忽然传来消息，上海港由于压港严重，限定某一条船在该港的下货量，而这时，所有从上海港中转的货物已经订舱完毕，且超过该量，并且已经开始集港，船第二天就开了，为此要做出应急措施，是为货主换船，还是劝说一部分客户延迟，亚太线的所有业务员紧急讨论解决方案，最后使问题圆满解决，给我留下了深刻的印象。这只是一个例子，由于客户众多，且一次完整的货运业务需要不同的单位配合才能配合，很容易发生突发事件，因此应对突发事件的能力是做一名好的中远员工所必需的。在这短短的三周里，各个部门的师傅们都表现出了处乱不惊的优良素质，尤其是老师傅们，我很钦佩，这也是我们年轻人所要好好学习的。

短短的三周就这么结束了，思绪随着对这段时间的反思而抽丝剥茧，有些东西在我脑海里逐渐深刻起来，也许我将来走向了不同的领域，也许这些学到的东西最终会被遗忘在记忆

的角落，布满时间的灰烬，但是在这三周的时间里，与诸位师傅们相处的经历将永远鲜明……不由得想起在xx港务期刊上看到的企业座精神“诚信求实和谐创新”，正是这种企业文化，这种精神，在这三周的时间内时时刻刻的感染着我。

最近国家发布新的政策导向，大力开发长江沿线。在江西省xx港作为唯一通江达海的对外港口，我想xx港务一定能够很好把握这个机会，喜闻集装箱的二期堆场工程就要建成并交付使用了，未来的十年内，随着江西经济的发展，货运量将比现在提高很多，因此我认为有一个或多个大型、现代化、高效率、业务全面的堆场是非常必要的，这样能让xx港务在未来港口行业更加激烈的时候拥有足够的竞争资本。

通过这次暑期实习，使我们对港口企业有了一次比较全面的感性认识，学到了很多书本上没有的知识，进一步理解接受课堂上的知识，使理论在实际的生产中得到了运用。实习中，在学到很多东西的同时，我发现了自身的很多不足，知道了在最后一年的大学的学习中应该着重锻炼自己的哪些方面，作为将要走出学校的学生，我们应该在有限的时间内，掌握更多的专业知识，加强实践和设计能力，这样更有利于将来的发展，使自己在该领域内也有所作为。

市场营销大学职业规划书篇七

在这次市场营销实践中，我们小组调查的是化妆品中的彩妆市场的市场营销。我们主要在麦凯乐、锦辉商场、丝芙兰、屈臣氏进行实地调查询问以及通过网络收集各种品牌彩妆的相关信息和资料，如美宝莲、露华浓、蜜丝佛陀等，从而分析其市场定位、销售渠道、促销方式等营销策略。

一、中国彩妆市场背景分析

中国化妆品市场是一个充满活力的新市场，跨国企业的大举进入，本土企业的崛起，使这个行业更加变化多姿。彩妆以

前在中国一直被看为化妆品配角，近年来随着护肤品市场竞争的日趋激烈，彩妆消费市场基本成型，一直由护肤品所主导的中国化妆品格局正在悄然变脸，彩妆越来越受到现代都市女性的青睐。彩妆被称为化妆品里面的最后一块蛋糕，无疑将成为未来日化行业爆发的引擎点。归纳其营销策略，可以作以下要点概述：强劲的广告宣传攻势，公关策略应用，着重塑造品牌；成功的专柜营销策略；超细分的市场策略，能吻合不同的消费需求；包装策略设计更注重特色，更有个性，更有品质感；更加迎合消费者心理需求；更重视品牌建设，重视市场信息收集、反馈和研究。

二、彩妆品牌的营销策略

通过在我们小组成员在麦凯乐、锦辉商场、丝芙兰和屈臣氏的实地调查以及网上查询，归纳出各大品牌的彩妆营销策略，可以大体上概述为：超细分的市场策略，能吻合不同的消费需求；成功的专柜营销策略；包装策略设计更注重特色，更有个性，更有品质感；强劲的广告宣传攻势，公关策略应用，着重塑造品牌；更加迎合消费者心理需求；更重视品牌建设，重视市场信息收集、反馈和研究。

三、卡姿兰的跟进策略

美宝莲进入中国十来年，是中国名副其实的彩妆第一品牌。04年度销售额愈10亿元人民币，有效的培育和引导了中国彩妆市场。比附第一品牌，是品牌营销的有效成功策略。卡姿兰的成长有效运用了“跟进美宝莲”的成功策略，从产品开发到形象建设及部分渠道建设思维都有效做了一个“跟进者”，这是卡姿兰成长的一大法宝。特别是卡姿兰借助自身早先从事彩妆原料的优势全面跟进美宝莲的产品开发思路，全面复制相关产品线，大力地塑造“同(美宝莲)等质量、相对(美宝莲)便宜的价格”。如卡姿兰3d星光果冰唇彩就是“跟进”美宝莲的水晶3d星光唇膏，并且价格要比美宝莲低。这种借助自身资源又有效比附第一品牌“美宝莲”的成功策略

有力地推动卡姿兰的成长。

市场定位：卡姿兰目标消费者一般比较年轻，介于16-25岁之间（相对其他彩妆品将目标消费者年龄下沉到16岁，因为90后才是未来彩妆消费的生力军，我们没有理由不仔细经营），中等收入的年轻女性占比较大，随着彩妆市场的不为断成熟，在校学生的占比将会加大。此类年轻女性一般受过较好的教育，且有一定的品牌意识，思维非常活跃，很容易接受新事物，相对来说品牌忠诚度较低。

市场营销大学职业规划书篇八

（一）实习单位简介

我们实习的单位是郑州盛煌经贸有限公司，我们的实习主要是在它的营销部进行的。在人们消费水平逐渐提高，生活质量要求越来越高的今日，装修污染却困扰着人们。而这家公司正是以改善人类居室环境为己任，为消费者供给有效的空气治理方案，以优秀的产品、专业的施工、合理的价位，为消费者打造一个无污染的家。治理装修污染是这家公司的主要工作，其主打产品是光触媒。

（二）我们组的实习安排

从8月22至8月24日，我们在学校内部经过电子网络对专业知识进行初步浏览；

8月26日，我们最终选定了郑州盛煌经贸有限公司；

8月27日，休息一天；

8月30、31日，

9月1、2、3日，我们被分别派往业务经营点，跟着公司的业

务员学习业务经营；

9月4、5日，我们休息两天；

9月6、7、8、9日，根据教师的安排，我们在校内写实习报告，

9月9日实习报告的上交，标志着这次为期三周的专业认识实习结束。

（三）我们的实习资料

我们组的实习资料主要是在围绕专业认识主题的前提下参加郑州盛煌经贸有限公司的业务经营工作。我们在接触顾客时，主要了解顾客的消费需求及消费心理；在与业务员相处时，主要学习其洽谈业务的语言和技巧；同时，我们也注意观察周围的一切，进一步了解我们的营销环境。我们以营销人的身份去参加真枪实弹的演练，在这个过程中，我们初步对营销专业有了感性的认识，同时也培养了我们的专业兴趣。

营销环境是存在于企业营销部门外部的不可控制的因素和力量，这些因素和力量是影响企业营销活动及其目标实现的外部条件。任何企业的营销活动都不可能脱离周围的环境而孤立存在进行。所以任何一次的企业活动都要以环境为依据，主动地去适应环境，同时透过营销努力去影响外部环境，使环境有利于企业的生存和发展，有利于提高企业营销活动的有效性。

1、该企业的微观环境

分析微观环境是指与企业紧密相连，直接影响企业营销本事的各种参与者，包括企业本身、市场营销渠道企业、顾客、竞争者以及社会公众。微观环境直接影响与制约企业的营销活动，多半与企业具有或多或少的经济关系。该企业的微观环境对企业本身的发展有很多不利。

企业本身实力不强，资金不富，影响力不强，这直接影响其营销策略和营销投入。该企业的顾客却是那些有钱的主，所以这一点对公司来说是有利的营销环境。该企业的竞争对手很多，但这是无法改变的市场竞争规律。企业所应对的社会公众都是一群思想观念落后的中国人，使其很难在社会公众中树立良好的形象。这些微观环境直接影响企业的营销活动。

2、该企业的宏观营销环境

分析宏观环境是指影响微观环境的一系列巨大的社会力量，主要有：人口、经济、政治、法律、科学技术、社会文化及自然生态等因素。宏观环境一般以微观环境为媒介去影响和制约企业的营销活动，在特定场合，也会直接影响企业的营销活动。

该企业位于郑州市区，郑州市是一个省会城市，人口集中，政治法律等都比较完善，但该企业应对的一个瓶颈问题是无法生产及引进真正能够消除污染的产品与设备，这也是目前的科技所不能到达的，这直接关系到公司的营销策略。不完美的产品，肯定得不到顾客的十分满意，从而影响企业的销售额。

市场营销大学职业规划书篇九

在大学里我学习的是房地产行业的开发与营销，这个专业现在比较热门，谁都知道现在房地产行业是一个非常赚钱的行业。中国房价这几年飞快增长就是因为房地产行业的暴利和某些人的哄抬房价，这其中虽然有物价上涨的趋势，但是这只是很小的一部分原因，我感觉还是房地产行业的人从中暗箱操作的原因。

不过既然我学了房地产专业，就必须学好，我还是要实习的，不然毕业以后，即使房地产行业再赚钱，我还是没有一碗饭吃，这就是社会竞争的残酷性，我不得不说。如果没有

很强的能力，是不能在房地产行业生存下去的，这就是不是每个人都能搞房地产行业的原因，即使房地产行业如此的暴利，还是有很多人不敢涉足房地产行业。

我就是要借着假期的时间做一次实习，对我将要进行的工作进行一下大体接触。

实习目的：通过房地产实习了解房地产行业和售楼的流程和操作，在这个基础上把所学的营销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，以达到学以致用为目的。

总结报告：为期一个月半的实习结束了，我在这一个月半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半的实习做一个实习报告。

在实习期间，我跟着几位同事做了市场调查，其实就是行业中所谓的楼盘。我们去了六个售楼中心。我与几个姐姐以购房者的身份去调查他们楼盘的销售情况。楼盘主要靠几个姐姐跟售楼小姐交谈，在交谈过程中获得自己所需要的信息，包括销售率、平均价格、配套设施等。

我们在销售过程中，也发现存在了一些问题：如商铺的销售不如预期的好。我们公司一直在致力于打造路！而本地人口万，由于在旧城地区已经形成了一个繁华的商业区，要想在新城地区再形成一个商业聚集地，目前来说还是相当困难的。查过一些资料，发现市区里，我们商铺的价格是比其他的商铺偏高点，在这样的情况下，买商铺的人要衡量一下是否有回报率。毕竟路街还没完全形成，目前只是在实施当中。但从长远来看，这个地块有很大的升值空间。困难肯定是有的，这也是暂时的，只要我们公司上下做好迎接困难的准备，相信一切问难都会迎刃而解！

个人收获及其心得体会：

社会实践的帷幕渐渐落下了。回想起从开始到现在，这一路走来我最大的感受就是自己成熟多了。不仅丰富了我的人生阅历，还让我品尝到了工作的辛苦，成长的快乐。

通过这一个半月来的实习，虽然算不上很长的时间，但是在短短的一个半月里我确实又学到了很多在学校及书本上不曾有过的东西，尽管以前也有很多的社会实践经历，但是这次感觉与前几次有很大的不同(以前都是去做促销，或者家教)，而且感觉比以前收获更多。比如在人际交往方面，书本上只是很简单的告诉你要如何做，而社会上人际交往非常复杂，这是在学校不能有如此深刻的感受的。社会上有各种人群，每一个人都有自己的思想和自己的个性，要跟他(她)们处理好关系还真得需要许多技巧。而这种技巧通常是来自社会阅历与经验的。在行动中，其中有关心你的人，有对你无所谓的人，有看不惯你的人，看你如何把握了。交际中要求你在不能改变一件东西的时候，你只能学着去适应它，如果还不行，那就改变一下再去适应时的方法。

在这期间使我养成了不管遇到什么困难都不能被它吓倒，从不轻言放弃的品格。人要想实现自身的价值一定要顽强坚持的性格，勤奋努力的生活作风，而且还需要随时都有一个积极向上的心态。这样你就可以做到不管遇到什么挫折，什么困难，你都可以克服，即使遇到失败那也是短暂的，你完全可以吸收经验教训，再次站起来。

社会真的是一个大染缸，各种形形色色的人都置身其中，做着自己的事情，我是深深的感受到了，我不得不说我在学校学到的东西真的还是不够多，这次社会实习我真的懂得了许多，我十分开心的去接受了这些在学校学不到的东西，充实了自己。

在成长的路上我还有很多东西去学，学无止境。只要我保持一颗平常心，努力学习，接受新的事物，我相信我的明天也许会更加的绚烂，机遇总是给那些有准备的人，我觉的每个

大学生必须有一段实习的经历，这会让你在实习中了解社会，打开视野，增长见识。

在以后的路上我一定会继续保持一颗上进的心，去学习，去努力，去拼搏，去闯荡，我相信只要你付出了就会有回报。我一直就是这样，在我毕业时我会对自己说我真的没有白白浪费了这四年，我真的努力了。希望每个人都能和一样，积极的投入到社会中去，努力打造开阔自己的一片天。