

最新营销培训的方案和计划 市场营销培训方案(精选5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

营销培训的方案和计划篇一

我是学院x级营销专业的学生，我来到了x啤酒集团公司，成为一名实训营销业务员进行毕业实训，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，实训业务员做起，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；在实训工作中，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，我的实训期已经结束了，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——x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！

营销培训的方案和计划篇二

我们专业于x年x月x日到x年x月x日进行了市场营销课的实训，通过这次实训使我收益非浅，在实训中我不仅学到了许多专业方面的知识，提高了自己实际操作能力，也领悟到了团队合作精神。

本次实训以分组问卷调查及撰写实训报告实训为主，问卷设计与调查是学习市场营销专业的一项重要教学环节，旨在开发我们的想象能力和开拓我们的视野，增强专业意识，巩固和理解专业课程。实训方式主要是通过小组讨论设计出问卷，再到指定的地点进行问卷调查，回来后在进行数据统计与分析，最后通过小组讨论、交流后撰写点查报告。通过交流实训体会方式，加深和巩固实训内容。通过本次实训，我们学到了到了很多课本上学不到的东西，同时也遇到了不少困难，这对我们也是一种挑战，这更让我们对生产市场营销这门专业有了更深的认识，理论与实际还是有不少差距的。

我们这次实训是进行的一次问卷调查活动主要是针对的时销售水果的商户，在实施过程中确实遇到了一些问题我们边调查边总结，积累调查的经验，最后终于完成了所有调查问卷的发放和调查。

以下是我的一些收获：

- 1、及时调整，提高访问成功率。

俗话说得好，好的开始是成功的一半，但我们的开始并不顺利。因为我们去的时间不太好，正赶上了购买的人比较多的时候，一般商户都在忙着生意，不愿接受我们的调查，我们通过向周围的人的咨询，了解了此处的客流规律，然后在合适的时候再来调查，效果非常好。

- 2、打消受访者的顾虑。

我们完成一份调查作业吗？”这样的问话可以使被调查者打消了顾虑，积极配合我们的调查。

3、通过实地调查发现调查问卷设计上存在的问题。

在对被调查者做问卷调查时，我们发现调查问卷中存在的问题，有个别的题没有标明是单选还是多选，给被访者作答带来了不便，不过我们及时想被访者作了说明。

4、实地调查的最大收获。

这次的调查技能课程，区别以往只注重理论知识不注重实际应用的课程，我们在实际调查中学到的东西，是平时上课难以学到的，我们学会了自己处理突发问题，及时改变侧略解决问题，提高了于是人的沟通能力，我们希望老师多给我们这样的机会，培养我们实应用能力。

最后再总的概括一下经历的三天实训，我学到了很多。有书本的，也有书本外的。之前学的纯理论知识，让我感觉很乏味，甚至觉得没什么用。这导致我学的不精，甚至连基本概念都不清楚。实践中，发现自己做的原本是书本的映射，再回去翻书，理论就很容易理解了。这也增加了对课本理论知识学习的热情。比如，要想将一种新产品推向市场就必须对产品的市场前景进行充分的调查。这也是我们营销课重要的组成部分。但也有时候也需要变通的，就像问卷设计，老师讲要多样化，表格清晰，一目了然。但在实际调查中，被访者往往不愿意填觉得麻烦。这跟理论很冲突，提醒我们以后要巧用、要灵活。

此外，我学会说“您好”说“谢谢”说“对不起，打扰了”的话，更重要的体会到了这些话在与人交往中的作用，更深刻的体会到“团对合作精神”的重要性。

我们这次实训是采取的分组行动的，自愿结组，我们进行了

充分的分工，调查中相互配合，要是没有团队合作这次调查活动很难顺利的完成。

大学生就业困难的局面，针对这种情况我们要作好准备，多接触社会，为两年后进去社会打下良好的基础。

营销培训的方案和计划篇三

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，通过与我们的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。

营销培训的方案和计划篇四

时间过得真快，选修课程即将结束，市场营销的课程也接近尾声。通过学习市场营销课程我学到了许多关于市场营销方面的知识，同时在李老师的精心讲授下让我了解到了市场营销人的那种独特的魅力，了解到了市场营销是一门用途很广的学科，我们生活中随时随地都能感受到市场营销的气息。

在没有接触市场营销这门课程之前，我们都不知道什么是营销学，自从选修市场营销后，才开始对营销学有所了解。营销是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便组织与其利益关系人受益的一种组织功能与程序。菲利普·科特勒下的定义强调了营销的价值导向：市场营销是个人和集体通过创造，提供出售，并同别人交换和价值，以获得其所需所欲之物的一种社会和管理过程。而格隆罗斯给的定义强调了营销的目的：营销是在一种利益之上下，通过相互交换和承诺，建立、维持、巩固与消费者及其他参与者的关系，实现各方的目。

在营销课上李老师给我们讲到营销人应具备的能力、营销人的心理素质、市场营销与企业职能、市场营销环境、市场营销调研与预测等模块。

本次市场营销课程的学习收获远不止这些，以上例出的只是一部分心得体会。通过此次的学习真的学到了不少知识，虽然时间很短但收获挺大的，在此非常感谢李朝春老师的精心讲授。

营销培训的方案和计划篇五

以党的xxx精神为指针，以“三个代表”重要思想为指导，围绕上级工作部署，在校长室、教导处的领导下，继续深入贯彻《基础教育课程改革纲要》精神，深入学习艺术、音乐、美术的《新课程标准》等理论，在新课程理念的指导下，进一步转变教育教学观念和行为，在艺术教学中，尊重学生个性的发展，尊重他们每个人独特的感受表现方式，让学生在艺术活动中尝试成功的快乐，树立自信的人格，让艺术课堂充满活力，充满乐趣，成为孩子们心中向往的乐园。

1. 深化课程教学改革，提高课堂教学质量。牢固确立以学生为本的价值观，注重开发学生的潜力，使学生的个性得到——地发展。在平时教学中，以尊重学生为根本，多采用启发式，培养他们的兴趣，使艺术教学贯穿他们的整个人生。
2. 以朱棣文的人文科学精神和现代教学思想为引导，继续加强和丰富学校的艺术特色建设。树立艺术教育一切为了学生发展的思想，走出目标单一，过程僵化，方式机械的旧模式，可充分把握身边的内容，与生活相联系，创造一种师生在平等的位置上探讨交流，拉近与学生之间距离的教学方法。
3. 倡导一个学生爱好艺术的良好态度，树立学习艺术的自信心。加强艺术欣赏课的教学，提高学生的欣赏层次。在小学阶段，力争使学生能识别几种乐器不同的演奏效果，认识一些不同的画种。
4. 教学艺术的本质不在于传授本领，而在于激励，唤醒和获得积极的体验。教师要深入学习新的艺术标准，把握教材特点，实施新的教学方略，选择的教学内容、手段方法，努力使自己的教学水平符合新的要求，切实提高学生素质。

1. 强化教学常规管理

(1)加强政治学习、理论学习和提高教师自身修养。

(2)认真学习艺术大纲的新标准，以及教材跟以往不同的特点和突破，从而树立教师坚定的理论基础。

(3)继续做好六认真工作，保证每一节课的质量。充分利用学校新添的多媒体设备，精心设计课堂教学环节，激发学生学欲望，加强艺术体验。

(4)开展多种形式的教研活动，尝试集体备课。

2. 加强教研组老师自身素质建设

组员间加强交流与合作，多探讨、切磋，教研组各成员继续开展深层次进修(本科进修及专业进修)，提倡在“走出去、请进来”的校际交流中不断提升我组教师的专业能力及综合素质，同时建议学校为教师多提供一些专业方面的书籍、器材、艺术素材等，让老师们渴望学习提高的心愿得以满足，也便于教师有的放矢地开展教学工作。

3. 继续开展教育实验、教育科研研究工作