

最新市场营销毕业总结(大全5篇)

对某一单位、某一部门工作进行全面性总结，既反映工作的概况，取得的成绩，存在的问题、缺点，也要写经验教训和今后如何改进的意见等。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

市场营销毕业总结篇一

1. 实习时间：年月日年月日，共四周。
2. 实习地点□xx公司□xx公司等共10个。
3. 实习内容：可以概括为两大类：一类是本专业范围内的工作，另外也有个别。
4. 实习学生：（共10人）。
5. 实习形式：本次实习采取分散实习的形式，由学生自己联系实习单位，并出具了相关的书面材料（致家长函、致单位函和实习信息反馈表）。
6. 实习成果数据统计：实习报告每人一份，实习日记每人一份。

在学校与社会这个承前启后的实习环节，同学们对自己、对工作有了更具体的认识和客观的评价。本次实习采取分散形式，实习单位覆盖面很广，企业总体水平也比较高。基本达到了毕业实习的预期目的。实习收获主要体现在两方面：

1. 工作能力。在实习过程中，绝大多数同学积极肯干，虚心好学、工作认真负责，主动参与企业市场调查、产品销售、行政管理、生产运作管理、人力资源管理等工作，同时认真

完成实习日记、撰写实习报告，成绩良好。实习单位的反馈情况表明，我们的学生具有较强的适应能力，具备了一定的组织能力和沟通能力，普遍受到实习单位的好评。大多数学生能胜任单位所交给的工作。在实习过程中，学生提出了许多合理化建议，做了许多实际工作，为企业的效益和发展做出了贡献。

2. 实习方式。大部分实习单位指定指导人员师傅带徒弟式的带学生，指导学生的日常实习。学生在实习单位，以双重身份完成了学习与工作两重任务。他们向单位员工一样上下班，完成单位工作；又以学生身份虚心学习，努力汲取实践知识。同学们认真的工作态度、较强的工作能力和勤奋好学的精神受到了实习单位及其指导人员的一致好评。

3. 实习收获。主要有四个方面：一是通过直接参与企业的运作过程，学到了实践知识，同时进一步加深了对理论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成了本科教学的实践任务。二是提高了实际工作能力，为就业和将来的工作取得了一些宝贵的实践经验。三是一些学生在实习单位受到认可并促成就业。四是毕业论文积累了素材和资料。

4. 总结交流。返校后召开了各种形式的交流会，内容丰富、气氛热烈，同学们积极发言谈经历，谈体会，谈感想，论题丰富，论据翔实。作为指导教师，我既肯定了同学们的成绩，又指出了实习中的不足，并对同学们的观点或体会进行了点评。对就业应聘以及将来工作具有一定的指导意义。

1. 增加实践环节。学生们共同的体会之一是“书到用时方恨少”。从销售终端的商品管理、价格确定，到渠道控制、广告投放、新产品开发及至市场调研，都需要宽泛的理论知识支撑。有的单位工作专业性较强，学生下班回来找书、找老师求教，其他实习的同学也主动参与出谋划策，极大的激发了大家的积极性，许多同学遗憾学习时不够努力刻苦。

2. 加大教学改革力度。以社会需求为导向，调整课程设置。实习中了解到，目前社会需要大量的市场营销人才，可是，我们的学生却难以找到合适的岗位。客观表现为企业一般招聘有几年工作经验的人。其实企业的真正需要的是人才，这里折射出来的是：应届毕业生不算是人才。我们不能改变招聘条件，只能使自己成为人才。学生怎样才能成为人才，是我们面临的迫切问题。一方面，要研究营销人才的内涵，然后以此调整培养目标、课程设置、教学目标、教学计划、学生知识和素质要求等。另一方面，要加强就业指导工作，重视就业率，就业率是学院生存的重要基础。

市场营销毕业总结篇二

实习时间20xx年3月22日—20xx年5月9日，共7周。

实习地点32个。在自治区内25个实习点，区外7个实习点。具体实习地点详见附件1□20xx届本科毕业生实习情况统计表。

实习内容可以概括为两大类。1类是本专业范围内的工作，另外也有个别

(1) 实习学生□20xx届3个毕业班的131名学生全部参加了实习。

(2) 实习指导教师。共17人。由于实习点多，地点分散，系领导、教研室主任和本学期任课教师及相关行政人员全部参加了实习指导工作。

根据学院教务处的要求，采取集中实习和分散实习两种形式。分散实习学生自己联系实习单位，都出具了3方签名的书面材料（个人申请书、家长同意书和实习单位接受实习的证明书）。集中实习学生的实习单位由系里联系。所有实习单位都有专业教师指导。实习类型有毕业实习和毕业设计两种，毕业实习学生107人（31个实习点），毕业设计24人（1个实习点）。

根据学生个人意愿和特点选拔毕业设计学生，其他学生参加毕业设计。

(1) 收到32个实习点每个点1份实习鉴定（实习单位盖章有效）。鉴定对每个实习学生做出了评价，131名学生单位实习鉴定成绩全部合格。

(2) 收到学生实习报告112份。其中毕业实习学生每人1份，共107份；毕业设计每组1份，共5份。实习报告全部合格。

(3) 收到实习教师每人1份实习总结报告，共17份。报告内容包括3部分。1是对学生在实习过程中的表现、能力、纪律情况和基础知识掌握程度的评价。2是结合实习单位的意见，对自己指导的每个学生给出综合实习成绩。3是就毕业实习过程中反映出来的教学存在的问题提出改进意见或建议等。全体学生综合实习成绩全部合格。

2、实习表现与效果

达到了毕业实习的预期目的。在学校与社会这个承前启后的实习环节，同学们对自己、对工作有了更具体的认识和客观的评价。本次实习采取分散形式。原则上以就业实习为主，同时与毕业论文选题相结合。本届实习的单位覆盖面很广，企业总体水平也比较高。实习收获主要体现在两方面。

市场营销毕业总结篇三

由于系领导的高度重视、实习单位的积极支持和实习师生的共同努力，xx届本科毕业生实习进行得很顺利，取得了较好的成绩，同时也反映出一些问题。本届毕业实习全面落实了实习计划，使实习管理得到了规范，实习教学质量得到了提高，并得出一些建设性的建议。

1、实习地点实习地点32个。在自治区内25个实习点，区外7

个实习点。具体实习地点详见附件一□xx届本科毕业生实习情况统计表。

2、实习内容

实习内容可以概括为两大类。一类是本专业范围内的工作，另外也有个别

3、实习人数

(1) 实习学生□xx届三个毕业班的131名学生全部参加了实习。

(2) 实习指导教师。共17人。由于实习点多，地点分散，系领导、教研室主任和本学期任课教师及相关行政人员全部参加了实习指导工作。

4、实习形式

5、 实习成果数据统计

收到实习教师每人一份实习总结报告，共17份。报告内容包括三部分。一是对学生在实习过程中的表现、能力、纪律情况和基础知识掌握程度的评价。二是结合实习单位的意见，对自己指导的每个学生给出综合实习成绩。三是就毕业实习过程中反映出来的教学存在的问题提出改进意见或建议等。全体学生综合实习成绩全部合格。

市场营销毕业总结篇四

实习给了我深的体会，明白了打好基础非常重要，因为基础知识是工作的前提。实际工作与书本知识是有一定距离的，需要在工作不断地学习。即使毕业后所从事的工作与所学的专业对应，仍会在工作中碰到许多专业知识中没有的新知识，所以要想胜任工作，必须边工作边学习，通过不断的学习获

取更多新的知识。要有拼搏的精神，人生的道路有起有伏，犹如运动比赛，有开心，有失意，要经得起考验，需要不断的拼搏。而学校要加大教学改革力度。以社会需求为导向，调整课程设置。实习中了解到，目前社会需要大量的市场营销人才，可是，我们的学生却难以找到合适的岗位。

客观表现为企业一般招聘有几年工作经验的人。其实企业的真正需要的是人才，这里折射出来的是：不算是人才。我们不能改变招聘条件，只能使自己成为人才。学生怎样才能成为人才，是我们教育面临的迫切问题。首先，要研究营销人才的内涵，然后以此调整培养目标、课程设置、教学目标、教学计划、学生知识和素质要求等。要加强就业指导工作，重视就业率，就业率是学院生存的重要基础。但就业率不能敷衍了事，随便推荐一个工作，例如进厂做流水线，只是让学校的就业率上去了，但对学生意味着虚度时日。

毕业实习的结束，意味着四年的大学生活也将结束。在此，非常感谢学校和实习单位给予我实习的机会。通过实习，让我看清自己需要什么，同时也让我吸取了许多工作和社会经验，这将对我以后踏足社会，谋生立业有很好的借鉴和帮助作用。今后，我会带着这些宝贵的经验，在人生的旅途中勇往直前，迎接时代的挑战。

市场营销毕业总结篇五

市场营销是一项整体性的经营活动，它与“推销”、“销售”具有不同的含义。

市场营销是一门科学，而企业实际的市场营销活动则不仅要讲究科学性，还要讲究艺术性。市场营销就是在变化的市场环境中，旨在满足消费需要，实现企业目标的商务活动过程。

包括市场调研，选择目标市场，产品开发，产品订价，渠道选择，产品促销，产品储存和运输，产品销售，提供服务等

一系列与市场有关的企业的企业业务经营活动。元祖食品是中国大陆第一个同时推行erp□通过iso9001国际标准认证以及haccp食品卫生安全控制的企业，秉承“不断创新、引导市场、打造需求、创造流行”的经营理念，从礼俗文化中取材，以产品的高质量和新品的不断研发，再造美食文化的精致内涵。随着生活水平的提高及人们对食品安全意识的提升，消费者需求方面改变了很多，营销环境既能提供机遇，也能创造威胁。成功的公司都知道持续不断地观察并适应变化着的环境。当需要制定一个计划之前要目标确立、资料齐全无误之后，才可以制订计划。

在这一步骤中，先介绍“工作包(wbs)”的概念。所谓工作包，就是把工作分解成几个块，分清各块的先后次序、各块的工作之间的相互关系、各块的工作由谁负责。工作包的方式实现了分工协作、合理配置资源的目的。“甘特图”是一种直观表现工作包的工具，它用图示的方法表现各个阶段的工作进度。无论做哪种产品的市场营销首先就是了解这个产品，了解产品的性能和优缺点，了解产品的所有信息；尽量了解这个产品的市场的发展起源和现在、以后的发展方向，多找些资料预测一下这个产品的市场前景，做到知己知彼。

每种产品都有不同的消费群体，一个优秀的市场营销者一定会认清自己产品的消费群体的特点，例如你的产品主要针对于个人还是公司，如果针对于公司那么针对的公司是什么类型、针对于个人是老年人或是儿童等等，不同的行业有不同的模式我不能一一列举，也不会一一列举，请勿见怪。这主要依靠自己的摸索和实践，只要能细心的观察市场就一定会有所收获，实践出真知。