市场营销专业毕业实习报告 15 篇

市场营销专业毕业实习报告1

由于系的高度重视、的积极支持和实习的共同努力，20某某届本科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，使实习得到了规范，实习质量得到了提高，并得出一些建设性的建议。

一、实习基本

1.实习20某某年3月22日—20某某年5月9日，共七周。

2.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一，20某某届本科毕业生实习情况统计表。

3.实习内容 实习内容可以概括为两大类。一类是本范围内的，另外也有个别 4.实习人数 （1）实习学生。20某某届三个毕业班的131名学生全部参加了实习。

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

5.实习形式 根据教务处的要求，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，都出具了三方的书面（书、同意书和实习单位接受实习的书）。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。

6. 实习成果数据统计 （1）收到32个实习点每个点一份实习（实习单位盖章有效）。鉴定对每个实习学生做出了，131名学生单位实习鉴定成绩全部合格。

（2）收到学生实习112份。其中毕业实习学生每人一份，共107份；毕业设计每组1份，共5份。实习报告全部合格。

（3）收到实习教师每人一份实习报告，共17份。报告内容包括三部分。一是对学生在实习过程中的、能力、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。

二、实习表现与效果 达到了毕业实习的预期目的。在与这个承前启后的实习环节，们对自己、对工作有了更具体的和客观的评价。本次实习采取分散形式。原则上以实习为主，同时与毕业选题相结合。本届实习的单位覆盖面很广，企业总体平也比较高。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、产品、外贸谈判、行政管理、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、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。大多生能胜任单位所交给的工作，《》()。在毕业设计单位和有些企业，实习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。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。三是一些学生在实习单位受到认可并促成就业。四是为毕业论文积累了和。

4. 组织管理。实习领导小组成员亲自到实习单位，检查和指导实习工作，协调解决实习中遇到的问题，总结、工作经验。

指导们在整个实习过程中尽职尽责，对保证实习质量起到了重要作用。实习开始时，老师们深入学生和实习单位，阐明实习大纲及实习计划内容，明确

实习目的和要求。实习过程中，结合实习单位的具体情况，学生具体地问题、解决问题，学会深化专业知识，用专业知识指导实践，指导学生做好具体工作；在不多的实习点，引导学生“找事做”，挖掘他们的实践经验；检查学生实习工作日记，掌握实习情况，指导工作及时有效；督促学生认真完成实习报告。实习结束后，老师们认真做好学生的实习成绩及评定工作，参加实习交流会，完成实习总结报告。指导老师平均每周与每个学生交流一次。指导方式有电话、电子邮件、下点、面谈等。基本达到了及时发现问题，解决问题，提高实习质量的目的'。

实习单位的指导老师认真负责。不仅指导具体工作，还无私的自己的工作与社会经验。

5. 校企关系。实习前后系领导带领实习老师专门拜访、答谢实习单位，实习结束时系里向实习单位发出统一的信。实习学生积极配合企业工作，他们的精神风貌和实际工作绩效对企业工作起到了良好的促进作用。使校企关系得到了进一步巩固和发展。

6. 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，谈，谈，论题丰富，论据翔实。实习指导老师亲临交流会，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。对就业以及将来工作具有很大的指导意义。

三、实习改进建议 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”。从销售终端的管理、价格确定，到渠道控制、投放、新品开发及至市场，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，其他实习点的同学也主动参与出谋划策。极大的激发了大家的学习积极性，许多同学遗憾学习时不够努力刻苦。一个普遍反映的问题是同学们希望都能参加一次实际，以系统地了解企业运作过程，增强实践能力。在我们的教学计划中，虽然有的社会调查实习，但专业性不强，投入不足。如果设一次短期专业性社会实践，会促进学生学习，进一步增加实践知识。如果增加实际营销策划内容，会加大教师工作量。但是，增加社会实践环节，确实是实现营销专业人才培养目标的重要途径，尤其有助于学生就业。我们初步计

划增加营销策划实践工作，使目前学生的参与人数从 5%增加到 10%。建议学校把专业性社会实践纳入教学计划。

2. 承认教师指导社会实践的工作量。目前教师指导社会调查实习、毕业实习都没有计入教学工作量，所以不能调动教师积极性，也出现了上面三番五次强调但总是难以见效的实际情况。包括毕业论文也存在这样的问题。指导社会实践和毕业论文需要教师投入一定的时间和精力，才能收到效果。总结经验可知，无论社会调查实习、毕业论文的撰写，还是策划活动，每个好成绩的取得，都投入了指导教师大量的工作甚至个人的研究成果。所以，在进一步规范社会实践和毕业论文的同时，应该肯定教师的工作量，才能激励教师投入，才不会流于形式，真正达到实践目的。而承认教师工作量最有效和透明的办法之一就是把指导社会实践和毕业论文工作计入教学工作量。

3. 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。客观表现为企业一般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。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，就业率是学院的重要基础。

4. 毕业实习规范化。以规范实习材料为重点，在实习大纲中明确要求，实习总结中落实到位。以严格实习成绩为切入点，强化实习效果。以计入教学工作量为动力，激励教师投入实习工作。

市场营销专业毕业实习报告 2

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！

通过一段时间的市场营销专业技能培训学习，使我受益匪浅，在销售方面我不敢说有了深刻的了解，但通过学习使我理清了思路，找准了切入市场营销对于原本的我既陌生又熟悉。所谓陌生，是在这之前我从没有真正意义上学习和研究过它，对它的认识仅仅是表面而已；所谓熟悉，是说市场营销从来都一直伴随在我们身边，我们去超市购物，去逛街，去商店的遇到它，市场营销出现在我们生活的各个角落！自从开始实习后便开始选择适合的题目，想了一天后决定选择……对此有一些心得和总结：

一、做好科学的时间管理。

在营销工作中做好时间管理是很重要的。我的日常工作是在办公室进行的，必须珍惜时间，讲究效率，在每一个单元时间内，办尽可能多的事，充分利用每一分钟。

时间这种资源公平地分给每一个人，但各人在相同时间里所产生的效益是不同的.，这就要求我们有意识地利用时间，那么怎样才能有效地利用时间呢？首先，树立科学时间管理的概念。其次，工作有计划，有重点，既要总结当天的工作，又要提前一天安排好第二天的计划，有日计划、周计划、月计划，办公桌上备有工作日记，把重要的事情记录在本子上，办公物品摆放要有规律，文件资料不乱丢，用时才不会手忙脚乱。再次，禁止闲谈，办公室人员多，客人多，不能东拉西扯，说长道短，漫无目的，这种谈话要适可而止。

例如有人看报，一份报纸从头条新闻到边角广告，一看半天。打开电视机，新闻广告、电视剧，样样都看，问他到底看到了什么，却说不出个所以然。最后，充分利用移动时间。

二、做时间的主人，做好目标管理。

做事最忌无目标，凭感觉走，设定目标是成功的第一步，可以增加动力，明确工作生活的方向，对目标的实现要设有一定期限，不能今天拖明天，明天拖后天，以致目标被无限期地搁置。

三、我平时负责销售三部的帐目及日常计划等工作，通过学习与近半年来的工作，我感触最深的是帐目方面不能混乱，对每一笔钱的来源去向都要清

楚。

市场营销是指企业以满足顾客需要，创造顾客价值和满意为中心所进行的一系列活动。顾客的需要是市场营销的起点，顾客需要的满足并感到满足则是市场营销的最终目的。

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。

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。

工作包的方式实现了分工协作、合理配置资源的目的。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。

市场营销专业毕业实习报告 3

基本情况：

生产实习

实习目的：

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，以达到学以致用的目的。

实习地点：

乐昌市造厂

总结报告：

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,受益匪浅。现在我就对这一个月的实习做一个工作小结。

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。

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，对乐昌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：

（1）由于受市场影响的客观因素和主观努力不够，产品质量不够稳定，使销售工作陷入被动，直接影响工厂生产的正常运转；

（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!

最后衷心感谢乐昌造纸厂给我提供实习机会!

市场营销专业毕业实习报告 4

1、实习基本情况

1.实习时间 20 某某年 3 月 22 日—20 某某年 5 月 9 日，共 7 周。

2.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 1，20 某某届本科毕业生实习情况统计表。

3.实习内容

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

4.实习人数

（1）实习学生。20 某某届 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。

5.实习形式

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。

6. 实习成果数据统计

（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

`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。

市场营销专业毕业实习报告5

我是一名学习市场营销专业的20某某届毕业生，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花离开；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花来的乐趣！

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20某某年啤酒大战，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，感谢三年以来花过我的所有老师！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！

市场营销专业毕业实习报告 6

为了巩固在校所学的专业知识，更好地把所学的专业理论知识与实践紧密结合起来，理论为了以后从事营销工作打下坚实基础。学校为我们营销专业毕业生按排了 5 个月的专业实习。

我于 20 某某年 X月某某日至 20 某某年 X月 X日在昆明市嘉华食品有限公司实习。在实习中我从事营销活动，了解产品价格，分销、促销的全过程;深入产品价格、分销、促销的某一个具体环节，实习产品(商品)售前、售中和售后服务。

通过实习，我们得到了许多收获和体会，现总结如下：

一、我学习了如何推销商品

首先，全面熟练地掌握所在企业的相关知识和产品知识充分了解目标顾客的情况，诱导顾客产生购买兴趣，描述产品给顾客带来得利益和好处的意境，刺激顾客购买欲望，了解市场的概况。其次在推销时，不做表面工作，认真对待每一位顾客，对每位顾客所有提的问题都一一作答。始终牢记一个宗旨——顾客就是上帝。同时，我还了解到消费者在购买时的心理行为：

习惯型：长期认定购买某一种或几种品牌，消费习惯固定，购买时目标明确，不轻易调换品牌

理智型：购买时经过深思熟虑不轻易做出决定， 一旦决定就不后悔

冲动型：容易接受产品外观包装，广告和推销的景知向，购买的时对周围之群的反应很敏感，决定轻率，易于动摇和后悔

实用型：追求价廉物美，经济实用，特别重视价格，并由此获的心理上的满足

情感型：追求产品的情感效应，特别重视产品的象征意义，联想力较强。

不定型：年青的、才开始独立购物的消费者，要追求新事物，容易接受新产品。

根据以上几中类型，我们就可以了解消费者是属于哪种类型的，然后针对性地开展促销活动。在做针对性的促销时要注意自己的态度，说话的方式，在介绍一个新产品时，要说清楚它的`味道，价格，性质等等，其次，在推销是应实事求是，掌握分寸不要说自己企业的坏话，用事实说话不轻易许诺，说到做到，不要过分热情，不要刻意掩饰产品的不足，也不虚吹自己产品很好，在顾客已经购买的物品，有多差，要巧妙应用口语，让顾客在下次购买同样的产品时选择我们的产品，还不要刻意掩饰产品的不足，公正地对待竞争，成为产品的专家。

二、我掌握了一些推销技巧

一般来说，如果顾客对推销产品没有产生购买欲望不强的话，推销员就是把推销品吹得天花乱坠，也不能说服顾客购买推销品，顾客之所以会买推销品，其主要原因是推销品，确实能满足顾客的某种需要，并且推销员确实刺激了顾客的购买欲望，顾客的购买欲望与顾客的兴趣不是一回事，购买兴趣是顾客对推销品的欲望和要求，因此，刺激顾客购买欲望的方法当然有另外诱导顾客兴趣的方法，推销员即使够非常令人信服地作了产品介绍和推销演示。

那仅仅是诱导了顾客对推销品的兴趣，而对顾客够买欲望的刺激，只靠产品介绍和演示是不够的，推销员要想刺激顾客的购买欲望，就必须巧妙的向顾客说明，他在购买推销产品以后将感到称心如意，并从中分享乐趣，得到好处，同时，顾客的购买欲望是因人而异的，千万不要对一切顾客都使用千篇一律的同种方式，刺激顾客购买欲望的一般技术原理是：在产品介绍和演示的基础上把顾客需求与产品所具备的特性结合起来，阐述顾客购买产品后将的到的利益和乐趣，一般来说，顾客的购买决定是很难预测的，顾客经常在作出购买决定的瞬间会突然变的犹豫起来，静心想一想又对自己一闪而出的念头表示出怀疑。

三、我学会了如何应对顾客的异议

面对顾客的异议时，正确认识顾客的议异，保持正确的态度。顾客提出意义并不可怕，重要的是能否对顾客提出意义的异议给予满意的答案，使顾客感但推销员的重视其意见，对解决异议有诚意，一防为主，坚持准备训练，答复之前认真辩析顾客异议。选择恰当时机做出解答。

市场营销专业毕业实习报告 7

一、前言

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。

二、实习时间和过程

本次实习的时间是：20某某年x月x日到20某某年x月x日。

本次实习的过程是这样的：20某某年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。20某某年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。20某某年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。

三、实习内容

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。

四、实习体会

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

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 gt；=98%，顾客满意率 gt；=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—甲基二乙酸脒的时候，也是根据市场竞争对手的实际情况，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的策略；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。

五、实习体会总结

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

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/118133034126006132