

出师表反思 出师表教学反思(汇总5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

微营销案例篇一

竞争无时不有，创意无处不在！我们需要您，倾听消费者的声音，以最低的营销成本，引起最炫的广告效应，发挥最强的营销效果，创造最大的市场利润，为我们打造一份最佳的广告作品！机不可失，时不再来，勇于尝试和创新的'您，就是最棒的营销大师！现将活动事项策划如下：

：经济与管理学院

11月15日——19日

经济管理俱乐部

58度c创意饮品连锁

异想天开营在创意

嘉应学院全体学生

（一）外院参赛者最迟可在11月24日之前报名；

（二）参赛队伍人数为4人（不分性别、班级、学院）；

（三）团队需有自己队伍的口号和名称，同时统一比赛服装；

（五）外院的参赛者采用电子邮件报名的方式，到社团博客

（博客地址□emc..blog.□下载报名表，填好后发至邮箱emc.1998@□

（一）宣讲会：宣传本次活动，说明作品和团队要求，解答参赛者在参与活动中遇到的问题。

1、时间：11月19日（星期五）晚上7:30

2、地点：宪梓楼208

（二）初赛(11月20日——26日)

1、各参赛队根据指定的产品特性、营销环境、团队情况等因素制定一份产品营销策划书。（产品的具体情况将于19号晚在社团博客公布）

2、选手产品营销策划书提交方式（书面文档、电子文档需要同时提交）：

（1）书面文档：直接交至emc社团办公室（荣发阁1楼□□a4打印，由值班工作人员签名确认。（值班时间：18:00——19:00）

（2）电子文档：发至经济管理俱乐部□emc□邮箱□emc.1998@□主题处请注明“参赛组名+联系方式”。

（3）截止日期：11月26日19:00

11月27日——11月28日，评委将对初赛作品进行评审；

11月28日晚，公布初赛结果；（在社团博客公布并进行电话通知）

11月29日，实战营销培训。

(三) 实战营销 (12月4日)

(四) 决赛 (12月11日)

一等奖 (一组) : 奖金200元+奖品+证书+综合评测3分

二等奖 (一组) : 奖金150元+奖品+证书+综合评测2分

三等奖 (一组) : 奖金100元+奖品+证书+综合评测2分

最佳创意奖 (一组) : 神秘奖品

黄婷陈怡君 ()

经济与管理学院团总支

二〇xx年x月x日

微营销案例篇二

1、优惠券

采用优惠券促销的目的包括了销售促进的三大目标, 与现金折扣不同的是这种方式能更多地吸引没有计划购买服装的消费者找到确定活动的终端进行消费。

方案一: 在目标消费群集中的'地方进行每个单位有限额度的有间的优惠券派发, 并进行新产品说明, 争取新顾客。

方案二: 大型百货商场门前的产品小单页发放与优惠券活动结合, 虽有短期实际销售效果, 不过会对品牌造成伤害。一般不建议使用此种方式, 除非竞争导向趋向于激烈的价格竞争。

方案三：可与产品品味相衬的地区性购物杂志联系，认可该杂志所做的优惠券，并进行产品销售。

2、现金折扣

对于服装行业而言，打折是促进活动运用最多的手段，现金折扣在实际运用中更多的是购买前让消费者知道产品所能产生的折扣。在购买后提供折扣更能吸引消费者，加强消费者对品牌的亲近感。

方案一：在终端公示并直接在购买时体现现金折扣，例店庆七折特价。

方案二：不在终端公示而在消费者产生购买意向后给予意外的现金折扣。

方案三：将产品分为形象款，主销款，促销款三种类型。只对促销款开辟专区进行现金折扣活动，避免大范围损害品牌形象。

3、赠品

赠品是除现金折扣外应用最多的一种促销方式，活动形式多种多样极富变化性。现在众多品牌运用的普通买赠手段越来越难引起消费者的关注。不过，在赠品促进这一环节，需要注意的是赠品的选择，好的赠品可以让消费者因为赠品而感到物超所值。

方案一：在某些确定的特价品种中，进行买一套即送任选另一套的特价活动。

方案二：进行买即赠的活动。发放的赠品与服饰相关的产品为宜。如帽子、围巾等。

4、特价包装

这种促销方案的目的是为了增强产品价格及形象竞争优势，主要包括减价包和组合包两种形式。

方案一：季节组合包。事先组合好同类型不同季节的产品组合或顾客现场搭配。例春季，凡购春季+冬季各一款，组成季节组合包装，即获赠礼。

方案二：普通的特价组合包。两件八折，三件七折等这种折扣累计方式。

活动主题

双11·脱单季——告别单身小时代

活动时间

20xx年11月25日—11月13日

活动内容

1、20xx年新品会员享8.8折优惠；2、部分产品7折起；3、满额换购，聚划算

微营销案例篇三

任何一个企业无论实力如何雄厚，也不能满足整个市场的需求，随着市场竞争的日益残酷性，市场推广在当今企业有着举足轻重的地位。如何把自有的产品推向市场，争取市场已经是每个企业迫在眉睫的问题。今天的企业处于信息时代，互联网、声讯媒体、印刷媒体，户外展示等传播着巨量的商业信息。一个完整的市场推广策划方案可以大大提高企业面对市场强大的竞争。

1、活动形式：以班级为单位参与活动，每班派出两名代表参加

2、活动对象：大一、大二市场营销专业学生

3、由各班派出两个小组参与活动

4、每组上交一份产品市场推广策划方案（打印稿）

5、每组按照抽签的顺序上台阐述策划方案()

6、最终由专业教师对各组策划方案进行评比

1、主持人宣布比赛开始

2、各代表队按抽签顺序轮流展示各自的营销方案

3、现场活动（一）朗诵

4、现场活动（二）趣味问答

5、评委进行评比

6、主持人公布比赛结果

7、颁奖

8、结束辞

1、现场阐述（60%）

a□选手语言表达能力

b□选手气质形象着装

2、策划方案（40%）

a□方案内容(包括方案的可实施性以及具有的市场前景)

b□方案创新

随着市场竞争的重要性，如何让我们的学生正确面对市场的竞争、如何适应市场的变化、如何争取做一个有远见的企业工作者，我们特举办此次活动。让市场就在我们身边，竞争就在我们眼前，更好的让我们的营销专业的学生体验真实的社会。

微营销案例篇四

调动员工全员营销意识，提高服务质量；

适应对象：各部门员工。

1、提成方案

凡自己顾客在酒店任何部门消费都按实际消费金额提成2%算做个人业绩提成；

2、业绩确认

员工客户必须由本人亲自向消费部门经理在客到之前提前预定有效；

适应对象二：各吧台收银、接待、预定员□dj□足浴技师、部门主管、部门经理

1、提成方案

2、业绩确认

员工客户必须由本人亲自向消费部门经理在客到之前提前预定有效；

1、当日员工业绩统计，由各营业部门经理次日在上班之前，将统计表交到陈玲处；

2、员工业绩提成月底统一在财务室领取；

5、顾客主动打电话到酒店任何部门预定都不算做个人业绩；

6、远大公司客户均不算业绩；(集团公司、工厂、贸易、房产、酒店内部)

7、以下几种行为将受到酒店严厉调查处理；

(1) 适应对象二利用职务之便将本部门业绩倒卖或馈赠给其他部门员工的；

(2) 接受他人利用职务之便馈赠业绩者；

(3) 因抢客户造成顾客不适应、不满意者；

(4) 因利益或者私人恩怨怠慢顾客者；

(5) 以任务为借口或者透露酒店营销方案，从而给社会带来对酒店不良评价者；

五、以上方案自20xx-8-1日起正式试行。

营销活动策划书

本次营销大赛通过竞赛的形式，让全院学生自发组队，在自主经营的前提下锻炼团队协作能力、市场营销能力，在理论课基础上进行实践能力的验证。

加强院内学生沟通交流，提升学员的合作意识，培养学生协调团队分工、挖掘市场空白和创新市场运作方式及保障细节完美的能力的学习。

1、参赛对象：我院全体学员团队，个人组成团队（以团队形式申报或个人参与团队合作）。

2、活动地点：我校食堂、后门校内网吧旁、校内运动场

20xx年3月19日至3月23日

1、参赛组队要求：学员必须以3—8人组队参赛，单人或超出人数限制参赛均不予认可。允许并鼓励学生在本院（创业学院）范围跨班、跨专业（方向）、跨年级组队，团队成员名单及后续变动情况须及时上报秘书处统计。

2、创造条件：鼓励学员发挥个人所长，利用各种可以利用的资源和条件参加本次竞赛。领队可以充分结合各人优势，综合批发商、经销商、物流及团队个人的能力差异进行优势整合，各团队在校内所借用的设备在每天售卖结束后在实践部带领下有序归还。

3、宣传事宜：由会长助理督办，宣传部人员参与，在食堂对面读报栏及后街张贴创业学院横幅。

4、评比标准及奖励形式：售卖过程中各团队须做好账目记录，售卖结束后采取百分制根据人均净利润（35%）、团体总利润（25%）、本金盈利率（20%）、货物售出比（20%）四项指标综合评出一、二、三名并给予表彰。

5、竞争规避原则：各团队须上报自己的主营产品种类由秘书处进行统计并及时更新上传至群共享，建议其他团队的商品尽可能规避以免影响内部团结，若有同类商品上报应与先上报者在时间、地点上错开。

6、通过大赛前期的多途径宣传方式（横幅、展板等），激发学员的参赛热情，带动校园内部的消费。在营销过程中可采取多种营销模式（如送货上门、团购、促销等）以活跃氛围。

7、具体经营建议：

a□争取做到零库存、零资金积压，以快销品、时销品为主，且应以小额商品为主，各团队最好先与商家谈好退货事宜以免除后顾之忧。

b□具体种类建议有小礼品、小饰品、工艺摆设、书籍、卡类、小件衣物、小件家居生活用品、电脑周边电子产品等。

c□各团队尽情发挥创造力，可采取团队间合作、整合营销等形式，也可以与校外商家合作，但只允许本院学员在校内售卖。

8、保证营销比赛成绩公正透明公开的办法：

a□在比赛进行前先出具有效的发票、收据。

b□安排专门的监督人员对各团队在比赛途中的各种活动进行跟随监督。

9、各团队经营所得由各团队按照各自约定的方式进行分配，领队须在比赛结束后提交一份活动总结。

1、报名时间：即日起截至3月16日

2、报名方式：以团体为单位，由个人代表团体报名（已报名团体将列在群共享内，已有商品品种建议各团队尽可能规避）

咨询事宜：赛事进程中及结束后团队及成员有任何疑问、困难或纠纷由副院长张老师、会长协同会长助理帮助处理解决。

（注：本策划书院长、副院长、会长、会长助理、各部部长及各队领队人手一份，其他未尽事宜由副院长及会长给出即时意见）

微营销案例篇五

1、随着大三的来临，我们市场营销1班也正式归入了商学院的怀抱，趁着学院迎新杯篮球赛的热情，班级再一次掀起了运动的热潮。

2、大三是一个转折点，每当这个时候大家都已经真正开始为未来而规划了，有些同学打算考研，有些同学打算就业，毕业所带来的压力提前让我们感受到了。也就是在这种时候，良好的身体素质、积极向上的心态和充满激情斗志的精神正是我们所需要的。

3、四年一次的奥运会刚刚过去，全国人民健身的热潮依然高涨；同时钓鱼岛争端也激起了国民为国效力、为国争光的呐喊声。在此时此刻，我们更应该锻炼好身体，从而积极响应祖国的号召！

运动市销之羽毛球赛

定于20xx年11月9日早上9:30—11:30于师大长安校区羽毛球场。

1. 班长召开玩委工作会议，确立主题并分配任务。
2. 班委带动班级同学积极响应活动。
3. 班级同学报名，前期选拔。
4. 班委组织筹备，安排比赛时间表。

1. 开场:主持人演讲开场白，宣布运动市销之羽毛球赛正式开赛。
2. 由主持人依次介绍运动员、裁判等，并且宣读比赛安排。
3. 比赛正式开始，初赛分为多个场地同时进行。
4. 初赛结束，由裁判将各个场地比赛结果汇报给主持人，主持人通过公平公开方式（抽签等）确定下一轮比赛名单。
5. 主持人宣读复赛比赛安排，复赛开始。
6. 复赛结束，由裁判整理比赛结果，公正的确定出决赛名单。
7. 主持人宣读决赛比赛安排，决赛开始。
8. 决赛结束，分别评出冠亚季军，由主持人依次颁发奖品。
9. 冠军做获奖感言，全体同学一起欢呼。
10. 主持人宣布比赛结束，全体同学合影留念，运动员合影留念。
11. 全体同学收拾整理赛场。

李凯、邓翔、王芬、陆娜、任志强、薛可欣、董肖肖、陈超
李凯，王芬

辅导员：赵蕊学院其他班班委

运动员用水，打印时间表和其他项目花费。

微营销案例篇六

即将换季产品；

(二) 借助双十一节招募新会员，扩展客户群；

(三) 形像宣传，提升品牌在目标消费群中的美誉度和暴光率；

二、 促销主题

迎双十一，倾情回馈新老顾客

三、 促销时间：

11月7日—11月11日(共5天)

四、 促销范围

全国所有门店

五、 促销内容

(一) 活动期间，部分商品七折优惠(新品除外)；

2、顾客成功办理会员卡、领取礼品后，需登记入簿，并在消费小票上注明“已

送”，避免重复；

3、建议礼品为饰品或者印有xx公司logo的饰品，如丝巾、首饰、家居装饰品等；(附图)

(三) 会员尊享

六、 活动宣传配合

(一) (二) (三)

活动pop物料;

宣传单张: 请配合印刷宣传单张促进活动力度;

短信宣传: 发送活动通知短信给会员顾客;

(四) (五)

广播宣传: 制作促销活动广播, 在活动期间反复播放;

商场宣传: 发送活动短信给商场会员, 利用商场客户资源, 开发

潜在客户群;

七、 活动筹备期分工表(略)

八、 费用预估(视具体行业情况而定)

微营销案例篇七

打造明日管理营销精英

- 1、激发大学生的管理意识, 督促并指导大学生构建合理的营销知识体系, 提高管理才能。
- 2、展现大学生青春风采, 为大学生提供一个管理平台, 使之体验亲身管理, 积累营销经验。
- 3、彰显大学生活力与激情, 为大学生提供参与团队合作的机会, 培养其创新思维。

4、培养大学生遇事的应变能力及激发当代大学生吃苦耐劳、艰苦奋斗的精神。

怀化学院全体学生

经济学系团总支权益部、学生分会社团部

市场营销协会

1、报名

报名时间：11月10日---11月12日

报名方式：现场报名、电话报名

报名地点：东校区食堂门口. 西区月亮女神处

报名电话：

2、“终极营销”挑战赛

活动一：营销热身

时间：11月10日---11月13日

流程：（1）11月9日，在经济楼c栋401召开动员大会。

（2）11月13日，根据统一报名情况，对所有参赛团队进行选拔，参赛团队准备好营销策划书，说明营销理念，策略，方式。

（3）由赛事组委会根据所有参赛团队的自我介绍及营销策划书评选出进入颠峰营销的优胜团队。15日公布入选六支团队。

时间:11月13日晚7点

地点：经济楼c-401

活动二：颠峰营销

时间：11月14日---11月26日

流程：

（1）由赛事组委会根据报名情况，将参赛选手根据专业情况、性别情况，年纪情况分成小组，各组给自己的队伍取名，并选举队长一名。

（2）11月21日，赛事组委会将分给每队50元启动资金，由各队在三天内制定自己的经营项目及营销策略准备实战。

（3）11月26日8:30am—6:30pm各队正式进行销售。

（4）11月21日—11月23日，各队将各自的营销策略、人员安排及实战情况制作成相应的ppt也可以拍摄成相应的dv作品在“成果展示”环节进行展示。

地点：怀化学院东区食堂门口

注意：

- 1、工作人员会在现场进行dv拍摄，以了解和监督活动的进程；
- 2、参赛人员不准动用原有的社会资源，不准作弊，各队可互相监督。
- 3、顾客需留下自己的姓名和联系方式，以防止参赛人员作弊。

活动三：终极管理

时间：11月30日，晚7：30

流程：

(2) 在展示和讲解分析结束后，由老师评委及大众评委对选手进行提问；

(3) 最终由评委给出每队的综合得分，并从所有参赛团队各选出一等奖一队，二等奖二队，三等奖三队。

地点：综合楼c栋101

在此次系列活动的进行中，如若发生突发事件，由该活动的主要负责人或主要负责部门对事件的性质、严重性、影响程度等诸多因素做出评估，并采取相应的解决措施，如果事态严重，则由理事会开会讨论，并给出相应的解决方案，再交由相关职能部门负责解决，并及时与学校保卫部门取得联系。严禁个人或组织利用此次比赛的机会从事任何商业活动来牟取利益，如若发现此种情况立即中止个人比赛机会并追究其法律责任。

一等奖一队：100元加院级荣誉证书。

二等奖二队：80元加院级荣誉证书。

三等奖三队：50元加院级荣誉证书。

怀化学院经济学系团总支权益部

学生分会社团部

市场营销协会

活动一：总分100分，包括营销策划书、团队展示。

活动二：总分100分，包括营销利润、道德风尚得分。

备注：如有违纪行为，一次扣20%。

活动三：总分100分，包括老师评委及大众评委。

总得分按一定百分比，综合三个活动得分所得，最终解释权归赛会组委会。

微营销案例篇八

借_这一良好商机，通过有计划的促销活动，吸引人流，提高全店的销售额，增强本超市的美誉度，在消费者心目中树立“平价实惠”的形象。

20xx年x月x日——x月x日，总计一周时间。

“欢天喜地贺_，明礼守信待亲友”。

(一)购物有“礼”

主要内容：凡于x月x日-x月x日在本超市购物，并且购物金额达200元的前10名顾客，凭购物小票至客服总台，免费领取5kg大米一袋。每张小票限领一袋，每日10袋送完即止。

(二)执行要点

1、不管采取何种宣传方式进行宣传，都须注明“每张小票限领一袋，每日10袋送完即止，”否则极易引起客诉。

2、赠品发放处另设，要注意：耐心和礼貌。

(三)喜从天降

主要内容：凡于x月x日至x月x日，在本超市购物的顾客，都有机会免费获得所购商品。在此五天内，本超市将在每天的早、中、晚，不定时举办两次“喜从天降”活动。在活动开始时，当时每个收银台前的第一位顾客，即为参赛者，只要抽出的乒乓球上显示的是您所在的收银台号，那么您就是当次活动的幸运儿，就会体会到一份“喜从天降”的喜悦。

(四) 执行要点

此活动所需道具为：

- 1、乒乓球。
- 2、抽奖箱一个。(可用商品包装箱，但不要太大，箱子须密封，在箱顶上要开一小洞，大小以能刚刚伸进一只成人手，同时基本无缝隙为宜)
- 3、电动小喇叭一个。

在此活动开始时，有签单权(购物免费)的负责人需在场。

此活动操作过程为：

- 1、广播通知开始活动。
- 2、所有收银员停止收银动作。
- 3、主持人简单介绍游戏规则。
- 4、邀请一名顾客协助抽奖。
- 5、主持人宣布中奖收银台号后。
- 6、主持人宣布中奖者所购商品金额后。

7、中奖顾客发言。

8、宣布活动结束。