

最新玩具营销专业个人总结 市场营销专业个人总结(通用5篇)

总结，是对前一阶段工作的经验、教训的分析研究，借此上升到理论的高度，并从中提炼出有规律性的东西，从而提高认识，以正确的认识来把握客观事物，更好地指导今后的实际工作。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

玩具营销专业个人总结篇一

很多人认为营销就是卖东西，其实不然，营销在我们的生活当中无处不在，包括交友，为人处事等，不仅只是买卖关系的发生。

学习了一个学期的市场营销，接触后才发现市场营销是一门很有发展前景，很有趣的课程，首先我们需要调查目标市场，了解消费者的需求，根据消费者的需求采购商品，制定销售计划并成功的销售出去，这一过程其实很不容易，如果前一天少了几分钟的准备，销售当天就多了几小时的麻烦，通过此次实训，感触颇多，市场营销要注重实践认知，掌握技能，有些方法和心得是书本上学不来的，我们也明白了无论做什么事都要经过自己亲身体会后，感触才会更深，下一次也才会做得更好，还有就是销售过程中我们要抱交朋友、暖人心的态度，而不是只为赚钱。

“营”者，“策划、谋划”也，具体包括市场调查、市场细分、市场预测、销售策划及建立客户资料等。“销”即“销售”，即通过专业培训的营销员按照策划好的方案深入市场销售产品。由此可见，是先“营”后“销”，作为整个营销活动的开始，“营”往往是营销成败的关键。

“营”需要发挥市场营销人员的积极性和创造性，是一种高层次的智力劳动。营销人员应对整个市场的开发、引导以及用户需求具有敏锐的感悟力。而“营”的责任主要在管理者。各级经营管理人员应开阔视野、打开思路，多研究现代知名企业的营销实例及竞争对手的市场策略，加以借鉴、消化并吸收，真正造就一支善“营”的精兵。同时通过优胜劣汰机制，激励各级营销人员勤于谋划，多出点子，出好点子，能适时推出操作性强、效果好的营销策划方案。

需要指出的是，重“营”并不意味着可以轻“销”。“营”、“销”作为一个整体，如鸟之双翼、车之双轮，缺一不可。在“营”的同时，广大的邮政营销队伍只有深入市场去“销”，“营”才有意义，方能产生效果。光“营”不“销”只会是纸上谈兵，重“销”轻“营”则会事倍功半。只有用心去“营”，有效去“销”，才是营销的真谛，才可真正收到实效。

在竞争日趋激烈的今天，高速发展的各行各业需要新型营销人才，需要具有创新意识。专业知识和富有团队作业能力的市场营销新人。

我们都很喜欢市场营销这门课程，我们可以从这么多课程中学到很多，不仅学到了课内知识，也学会了如何运用所学的知识去规划我们的人生。

文档为doc格式

玩具营销专业个人总结篇二

尊敬的领导：

您好！在此我首先感谢您在百忙之中赐阅这封信，我相信，如果您肯在我的这封信上多花几分钟的时间，我们将不会仅拥有一面之缘。

我是浙江海洋学院市场营销专业20xx届本科毕业生。对我而言，四年的大学生活，是我不断进取、不断突破、不断完善的四年。

在理论知识结构方面，我就读市场营销专业，除顺利通过省计算机一级和国家英语四级考试取得423分外，我对管理类知识有深入的了解和掌握，对于知识的更新与拓展总以饱满的热情对待，不断进取成为我生命中的支持点。在完成自己的学业的同时，我根据自己的专业特色，并利用课余时间参加社会销售实习，将所学的理论知识转化为实际操作。

在技能的具体应用方面，首先，我具有良好的办公室自动化技术，通过在各实践过程中的具体应用，我会熟练操作word、excel、powerpoint等应用软件及扫描仪、数码照相机等硬件设施。善于学习的能力和好的环境适应能力使我在不断更新的知识科技时代适应各种不同的岗位；我还具备一定的领导组织和策划协调能力，而在极为平凡的事物中，寻找其独具一格的亮点也是我的专长。

在具体工作的实践经验方面，我曾在学校和社会各部门进行相关的学习和锻炼，两年班长一职让我体会到了学生干部应具有的领导组织能力；在海南椰岛(股份)有限公司舟山办事处、江山百姓蜂业有限公司、宁波绿流健康企业等不同单位兼职，使我更为广泛地吸收了各方面的理论知识与实践知识，增强了我的交际能力和处事能力。

经过四年的学习与锻炼，我在德智体各方面都得到很大的发展。我坚信我能胜任各企事业单位市场销售、开拓、策划，货运代理岗位。

磨练，给了我不屈不挠的坚韧品质；成功，给了我继续挑战的勇气。虽没有名牌大学的光环，但有突破自我、创造未来的勇气，开朗大方、认真努力的我满怀自信向您推荐自己，如果有幸成为贵单位的一员，我将虚心尽责，勤奋工作，在实

践中不断学习，发挥自己的主动性、创造性，竭诚为单位的发展添一份光彩。

我相信：是金子总会发光!过去的成绩已成为历史，未来的辉煌需要坚持不懈的努力去创造和实现。在这斑斓多彩，日新月异的年代，只有高素质，高质量，高能力的综合性人才才能够在激烈的竞争中立于不败之地。相信你的您的信任和我的实力的结合将会为我们带来共同的成功。蒙阁下抽暇一顾此函，不胜感激!

此致

敬礼!

求职人：×××

20xx年xx月xx日

市场营销专业个人求职信范文二：

尊敬的招聘主管：

您好!

我是xx大学经济管理学院市场营销专业的学生,愿意将二十余年所积累的学识和锻炼的能力贡献给贵单位,并尽自己最大所能为贵公司的进步与发展贡献自己的全部力量。

在校期间,我抓住一切机会锻炼自己各方面的能力,使自己朝着现代社会所需要的具有创新精神的复合型人才发展。在努力学习专业知识的同时,学习了多门电子、机械类基础课程及两学期的大学物理试验和金工实习,不仅培养了扎实的知识技能,训练了推力分析及实际操作能力,更建立了严谨求实的思维体系;修完了专业以外其它经济领域的多门课程,并

利用课余时间研读了大量市场营销类书籍，如营销企划实务、销售通路管理、企业广告管理、网络营销等，以完善我的专业知识结构。

“在工作中学会工作，在学习中学会学习”。我曾一次次跌倒过，但一次又一次的站了起来，继续前行，因为乐观、执著、拚搏是我的航标。我也曾一次又一次的领导着每一个富有蓬勃朝气的团体，克服重重困难，取得了一个又一个骄人的成绩。老师们的认可，同学们的赞许使我们以更加饱满的热情投入到新的挑战之中，向着更高的目标冲击。

在即将走上社会岗位的时候,我毛遂自荐,企盼着以满腔的真诚和热情加入贵公司,领略您公司文化之魅力,一倾文思韬略,才赋禀质为您效力。

此致

敬礼

求职人：×××

20xx年xx月xx日

玩具营销专业个人总结篇三

在我们接触市场营销专业课之前，我们专业特别的进行了这次专业认识的实习。这次实习从20xx年8月22日到9月9日，历时达三周之久。主要通过同学们在查看资料的前提下自行到社会上找实习单位的方式来进行的。效果很不错。这次专业认识的实习，是为了让我们对营销专业有一个初步的感性认识和了解，同时也对自己有一个清晰的认识，以便在以后的学习中能够扬长补短。通过这次实习，也使我们初步培养了专业兴趣，初步设想了未来发展的方向，为今后的专业学习及就业打下了良好的基础。通过这三周的实习，我们基本上

达到了初步学会发现营销问题并尝试用理论分析营销问题，收集、整理与分析资料，书写实习报告等专业认识的目的。这次实习在老师的指导和同学们的努力下，最终取得了圆满的成功。

一、商业企业的实习过程

（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天，装修污染（装修污染的相关材料见附录一）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，为消费者提供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（光触媒的简介见附录二）。

（二）我们组的实习安排从8月22至8月24日，我们在学校内部通过电子网络对专业知识进行初步浏览；8月25日我们组开始找实习单位，当天我们就选定了一家公司，但晚上经过考虑就把它辞了；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28日，我们正式上班，这一天到公司我们的主要工作就是查阅公司的相关资料，对公司进行一个初步的了解与认识；8月29日，我们根据公司经理的安排到该公司的营销部了解情况；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，根据老师的安排，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）我们的实习内容我们组的实习内容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。

二、商业企业的营销特点及分析

（一）盛煌经贸有限公司的营销环境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，直接影响企业营销能力的各种参与者，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，因此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。企业所面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，但该企业面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达到的，这直接关系公司的营销策略。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。

（二）该企业的营销特点及分析该企业采取的营销路子是绿色营销和体验营销，同时以推销策略为主攻力。

1、绿色营销绿色营销，广义的解释，指企业营销活动中体现的社会价值观、伦理道德观，充分考虑社会效益，既自觉维护自然生态平衡，更自觉抵制各种有害营销。因此，广义的绿色营销，也称伦理营销。狭义的绿色营销，主要指企业在营销活动中，谋求消费者利益、企业利益与环境利益的协调，既要充分满足消费者的需求，实现企业利润目标，也要充分注意自然生态平衡，实现经济与市场可持续发展。因此，狭义的绿色营销，也称生态营销或环境营销。绿色营销与传统营销相比有着更为突出的特征：

（1）绿色消费是开展绿色营销的前提。

（2）绿色观念是绿色营销的指导思想。

（3）绿色体制是绿色营销的法制保障。

玩具营销专业个人总结篇四

在管理系市场营销教研室老师们的组织和指导下，我们市场营销04级的所有学生于xx年年7月9日到7月20日进行了为期两个星期的物流管理实习。

这次物流实习分为两个阶段进行，第一阶段是模拟训练，第二阶段是参观考察。第一星期的实习在管理系的商务实验室进行，主要是利用第三方物流软件，模拟物流公司的运营，以便让我们掌握物流公司内部运营的程序和细节；第二个星期是在指导老师的带领下去宅急送快运股份有限公司哈尔滨

分公司、哈尔滨锅炉厂有限责任公司以及东北林业大学物流实验室进行参观实习，实地了解物流公司的操作过程与方法，了解大型企业内部生产物流的操作。

通过两个星期的实习我的收获颇丰，不仅接触和了解到了许多物流课本上所没有的东西，也学习到了许多专业的、实用的物流知识，丰富了生活阅历，这将是我们走向社会的一笔最为宝贵的财富。以下是我就本次实习的总结。

一、实习时间

xx年年7月9日—xx年年7月20日

二、实习地点

三、实习目的

大三的这一年，我们学习了大量的专业课知识，包括物流的、营销的、电子商务的，但是这些也就只是在理论上的学习，而没有运用到实践中去。这次学校安排我们进行物流管理实习的目的，就是要我们将所学到的专业知识和具体实践相结合，以提高我们的专业综合素质和能力，当然也为了让我们对物流公司的运营状况有一个整体的了解，对中国物流行业的发展状况有一个比较全面的认识，增强同学们对所学专业的认识，提高学习专业知识的兴趣，以便即将迈入社会的我们能够更好的适应以后的学习和工作，为以后的学习和工作打下坚实的基础。

四、实习单位简介

（一）管理系综合实验室

管理系综合实验室是本系各专业学生及教师进行教学实践、科研活动的基地，现有面积520平方米，资产总值142万元，由

商务实验室、管理信息系统实验室、会计实验室、管理决策分析实验室组成。综合实验室主要承担会计学、市场营销、旅游、财务管理、国际贸易等本科专业和管理系各专科专业的各项实践教学任务；为教师开展科研活动提供基础条件，让教师利用综合实验室对相关行业的业务流程进行研究，进行业务流程再造，提高模拟实验的仿真程度；培养实践教学师资力量，使实践教学教师达到相应行业高层管理人员水平；建立各行业案例库，为教学、科研、项目个案研究提供参观、交流、实践基地；利用综合实验室，积极开展政府管理人员、企业管理人员、当地院校师资培训，并承担工商企业高层管理人员、外校学生培训和教学实验任务等。

玩具营销专业个人总结篇五

我们这次的实习任务是在四平家电里完成的，我们的任务是了解四平家电的历史背景，发展模式，采购渠道，物流配送，销售渠道等等，他的一系列发展状况，对于这些情况，他们的店员和我们进行了沟通，我们还进行了调查研究，查找有关他的资料，从而更全面的了解他们的发展状况及他们的销售状况以及对家电行业的有关了解。

四平家电对经营利润的掌握能力是国内家电连锁企业中最具代表性的。由于早在20xx年就已经开始实施导购员的收编□20xx年自营卖场中的营业员全部为企业自有人员。销售员是企业自有员工，零售卖场就可以控制销售的方向，很容易实现主推某个型号。一个品牌的某个产品进入江西市场，如果是与四平家电合作，就可以实现在四平电器所有的门店中实现主推。就一点来讲，是所有其他家电零售门店所不具备的特有优势。由于卖场能够主导销售，四平家电能够实现把某型号产品的销量做大，形成单型号规模优势，通过现金采购剥离了中间环节，由此降低采购成本，拉开进货差价，保障价格优势。在四平家电的卖场，主导销售的是卖场，就可以很好的控制销售走向，因此在目前中国的各类家电连锁企

业当中，四平家电的经营毛利水平也是比较高。因此在与供应商的合作中，四平家电与供应商合作中非常强调机型的差异化，专供机型等，通过与厂家密切配合实现良好的赢利。

四平家电所有自营卖场中都是自有营业员，使整体门店销售人员的素质都得到很在的提升，增强了销售能力。可以说在整个销售过程中，卖场中的消费人员起到了极强的引导作用，而能够提供专业化销售指导服务也是四平家电的优势所在。如四平家电的冰洗营业员，能够为消费者介绍各大冰洗品牌及产品的优势，详细介绍产品的使用、维护和保养。而这些是厂家派驻导购员的零售卖场所不具备的。

他们以“买家电，到四平，省钱又省心。”为他们的标语使顾客认识到：

2、保价格——四平提供独特价保服务，集团采购进价低，30天内高于其他商家，一律双倍退差。3保质量——四平家电郑重承诺，所销售的商品保证符合国家质量标准，加一赔十。

对于家电类我们更是了解到家电行业要发展的好，就应该以顾客需求为导向，为他们提供服务，发展家电行业的市场，努力做到这个市场的领头人，这样才能垄断这个市场，占领这个市场。

对于目前中国的家电销售商，基本上处在自采自销的“小农销售”时代，整个行业的运作成本居高不下。随着市场的进化，专业化分工的加强，未来10年内，以往支撑家电企业的自营渠道因为成本的原因将全面撤退，而其它巨量零散的代理商将通过特许经营等方式加盟到大的品牌渠道商中，成为品牌渠道的连锁店。

家电价格大幅度降低，企业管理水平的提高，运营成本的下降，以及加入wto后国际采购原材料关税的大幅度下调，流通渠道的变革带来的流通成本的降低，中外品牌的激烈竞争等

因素，都将使家电的价格变得更加便宜。据测算，10年之后，同等家电产品的价格将比现在下降40%左右。

现如今，在这个的'家电繁多的市场，在城市化、城镇化加快发展的今天，人们对健康的关注度逐渐上升，对健康环保产品的需求日益上升，在今天这个社会环境污染的危害日益加快的情况下，更加需求更加的环保企业和服务的诞生。

绿色健康环保行业正在快速发展，有人的地方就有家电在使用，环保家电产品必将会成为以后家庭的购买主流。随着时间的推移使用者增多，慢慢的渗透到千家万户，慢慢的融入人们的日常生活中！

健康环保型家电会属于大众话家居产品，比如说现在的室内污染在生活中日益严重，对空气净化器的需求量急剧上升，更多的人愿意为了健康而买单，健康比什么都重要。在生活中有很多受到室内污染而产生，影响导致悲剧的产生的事情不断的上演，看到总是那么的领我们感伤。为了有更多的幸福家庭，不在受到危害，快快检测一下你身边的环境，没有污染那是最好，污染物质超标的话那就要赶快的去治理，没有也要防患于未然。当环保产品和服务都充满我的生活中时，相信明天会更好。

因此对于中国的家电行业，他的未来会走的更好，她将会呈现八个显著特点：

- 一、中国作为全球家电制造中心的地位继续稳固
- 二、国内市场需求增长缓慢，企业寻求发展突破点
- 三、行业内的重组和整合趋于活跃，企业间的合作加强
- 四、中国优秀家电企业更加成熟

五、销售渠道发生深刻的变化，渠道间的竞争也日益激烈

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)