

大学生市场营销实践报告 市场营销大学生暑假实习报告(大全5篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

大学生市场营销实践报告篇一

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)。

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。

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。

(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，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；

(4) 绿色科技是绿色营销的物质保证。郑州盛煌经贸有限公司，其行的就是绿色营销，在人们生活质量逐渐提高的今天，各种装修污染已经严重影响到人们的身体健康与生命安全，而该公司致力改善人类居室环境，降低装修污染对人们的危害。这种营销的出发点就是以满足绿色需求为中心，并以提升人们的生活质量为己任，着眼未来，追求技术进步，促进绿色产品的发展。当然这家公司也是环保回归热潮的附属品。

2. 体验营销体验经济时代的到来使生产和消费行为都发生了巨大的变化，消费者在消费产品和服务时，已经不仅仅停留在产品和服务的本身，而是更加关注他们的感官体验和思维

认同的过程。这些变化使企业的营销方式面临巨大的挑战的同时也提供了一定的机会。面临体验经济和体验经济的到来，体验营销应运而生。体验营销要求企业必须以服务为舞台，以商品为道具，围绕消费者创造出值得回忆的活动，使客户与企业建立合作，以此促进企业达到增加产品销售量的目的。郑州盛煌经贸有限公司的产品本身也是一种服务性产品，而其体现的就是一种体验经济。面对这种体验经济，公司肯定会采取相应的体验营销。公司对顾客的承诺就是先治理，后收费；不达标，不收费。并且在小区内经常进行一些免费的治理活动等。这些营销的策略，无不维绕着以体验为基础来吸引消费者，并增加其产品的附加值，从而建立品牌，取得消费者的认同。

3. 该企业的促销策略促销是促进产品销售的简称。从市场营销的角度看，促销是企业通过人员和非人员的方式，沟通企业与消费者之间的信息，引发、刺激消费者的消费欲望和兴趣，使其产生购买行为的活动。促销以沟通信息为核心，以引发、刺激消费者产生购买行为为目的。郑州盛煌经贸有限公司采取的促销方式主要是人员促销，它一般情况是在一个新建的人数少而集中的小区内进行，这样能够直接的接触顾客，但公司也会采取一些人员促销，如派发广告单，免费上门检测服务等措施。该公司在促销策略上以推式策略为指导思想。公司主要运用人员推销的方式把产品推向市场，由于该公司的产品单位价值较高、性能复杂、流通环节比较少、市场比较集中，所以非常适合这种推式策略。

大学生市场营销实践报告篇二

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xx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，最终取得了圆满成功。

（一）实习单位简介我们实习的单位是x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x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x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。

（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x市区□x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；
- （4）绿色科技是绿色营销的物质保证。

x盛煌经贸有限公司，其行的就是绿色营销，在人们生活质量逐渐提高的今天，各种装修污染已经严重影响到人们的身体健康与生命安全，而该公司致力改善人类居室环境，降低装修污染对人们的危害。这种营销的出发点就是以满足绿色需求为中心，并以提升人们的生活质量为己任，着眼未来，追求技术进步，促进绿色产品的发展。当然这家公司也是“环保回归”热潮的附属品。

2、体验营销体验经济时代的到来使生产和消费行为都发生了巨大的变化，消费者在消费产品和服务时，已经不仅仅停留

在产品和服务的本身，而是更加关注他们的感官体验和思维认同的过程。这些变化使企业的营销方式面临巨大的挑战的同时也提供了一定的机会。面临体验经济和体验经济的到来，体验营销应运而生。体验营销要求企业必须以服务为舞台，以商品为道具，围绕消费者创造出值得回忆的活动，使客户与企业建立合作，以此促进企业达到增加产品销售量的目的。x盛煌经贸有限公司的产品本身也是一种服务性产品，而其体现的就是一种体验经济。面对这种体验经济，公司肯定会采取相应的体验营销。公司对顾客的承诺就是“先治理，后收费；不达标，不收费”。并且在小区内经常进行一些免费的治理活动等。这些营销的策略，无不维绕着以体验为基础来吸引消费者，并增加其产品的附加值，从而建立品牌，取得消费者的认同。

3、该企业的促销策略促销是促进产品销售的简称。从市场营销的角度看，促销是企业通过人员和非人员的方式，沟通企业与消费者之间的信息，引发、刺激消费者的消费欲望和兴趣，使其产生购买行为的活动。促销以沟通信息为核心，以引发、刺激消费者产生购买行为为目的。x盛煌经贸有限公司采取的促销方式主要是人员促销，它一般情况是在一个新建的人数少而集中的小区内进行，这样能够直接的接触顾客，但公司也会采取一些人员促销，如派发广告单，免费上门检测服务等措施。该公司在促销策略上以推式策略为指导思想。公司主要运用人员推销的方式把产品推向市场，由于该公司的产品单位价值较高、性能复杂、流通环节比较少、市场比较集中，所以非常适合这种推式策略。

三、营销建议根据以上对x盛煌经贸有限公司的营销特点的分析，我们可以从几方面对其进行建议：

（一）营销环境的改善该公司所面临的最不利的营销环境就是社会公众对其产品质量的怀疑。造成这一原因也有几方面的因素：一方面是公司本身实力不足，在产品技术开发与引进上欠缺，开发不出真正能够消除装修污染的产品；另一方

面公司对竞争对手的关注程度不够，公司根本不知道自己的竞争对手有几个，实力怎样，信息闭塞。针对公司存在这样的现状，公司应该在自己的产品与引进上多下功夫，同时，应该加强自身的信息系统管理，最快、最准的掌握市场动态。

（二）推销人员的素质有待提升人员推销是一个综合的复杂的过程，它既是信息沟通过程，也是商品交换过程，推销人员的素质决定人员推销质量的好坏，乃至推销活动的成败。一个成功的推销人员应该在态度上积极热忱，勇敢进取；在知识储存上应该非常雄厚；在个人修养上应该文明礼貌，善于应变，技巧娴熟。而公司走在第一线的推销人员知识水平都较低，更谈不上专业知识，在工作态度上又缺乏热忱与激情。该公司的推销员在一个小区内不是自己主动上门接触顾客，而是自己挂一个牌子站在一旁让顾客去找他。这种推销方式不错，但不适合他们的产品，他们的产品是很容易被顾客忽视的产品，只有推销员主动上门拜访顾客，主动推销，才能走出公司销售额的低谷。公司应该注重培训第一线的推销人员，只有不断提升他们的素质才能更好的为公司创收益。

（三）该公司的广告策略应该加强该公司的广告只是简单的传单派送，没有其它非常有力地广告措施相扶。在传单满天飞的今天没有几个人非常重视到手的传单。该公司的产品是一种新产品，一种几乎是不为人知的产品，目前这个行业市场非常混乱，消费者根本不敢相信任何一家的产品，况且报纸上还经常出现一些对类似产品的批判报道。在这种情况下，公司应该调整广告策略，适当地在广告投资上多加开支。

三周的专业认识实习给我们留下了很深的印象，因为它让我们学到了很多的东西，俗话说的好“读一卷书，不如行万里路！”通过这次实习，我们对企业、企业管理、市场营销等基本状况也有所了解；对市场营销的几个细分方向有一定的认识与掌握；更好的是我们开始学会发现营销问题，并能尝试用理论分析基本营销问题；初步学习了资料的收集、整理与分析；也初步掌握了实习报告的书写内容及方法。这次实

习我们也对营销专业有了感性的认识，对自己有了更进一步的了解，培养了学习专业的兴趣，相信在今后的专业学习及就业中会有坚实的基础。在这次实习中，我们小组八个人在行动上能够保持一致，在问题讨论上能够积极响应，在实习过程中，能够各尽其职，尽其所能。通过这次实习，不但让我们对专业有了初步的认识，更让我们初步培养了团队精神。在历经三周的实习中，我们齐心协力，最终圆满地完成了这次专业认识实习的任务。

来源：网络整理免责声明：本文仅限学习分享，如产生版权问题，请联系我们及时删除。

content_2());

大学生市场营销实践报告篇三

本文目录

1. 2019大学生市场营销实习报告
2. 最新寒假大学生市场营销实习报告范文精选
3. 16年度大学生市场营销实习报告范文

我是一名学习市场营销专业的xx届毕业生，在今年12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xx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！

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！

为期一个星期的实习结束了，我在这一个星期的实习中学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，受益非浅。现在我就对这一个星期的实习做一个工作小结。首先介绍一下我的实习单位：啤酒，1998年2月成立，注册资金1.8亿，年产量15万吨。啤酒(中国)有限公司在各生产工厂实施了一系列的产品、品牌标准。同时，制定了雪花啤酒系列产品相关的工艺配方、酿造标准、包装标准等工艺技术标准。

生产车间分为，糖化车间，发酵车间，检验中心，包一车间，包二车间，污水除理。检验中心工作人员定期到包装车间检验啤酒的各项指标，以确保生产的啤酒合格，达到指标。啤酒的生产设备全国统一，工艺和质量控制标准全国统一，各地技术人员接受国外酿酒技术专业培训，从而保证了品质如一。啤酒多次被国家质量监督检验检疫总局正式认定为“中国名牌”产品。

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!

最后衷心感谢啤酒给我们提供实习机会！

2019大学生市场营销实习报告（2） | 返回目录

在这三个月实习里面，在领导和同事的指导下，向行业学习知识，向同事请教经验，传授工作技巧，正是在这个过程中，认识到自己的弱处。

在实习的开始头两个星期里，我主要是熟悉产品，包括：学习各种产品的使用和简单障碍处理、向客户详细介绍产品的性能和演示产品。纸上得来终觉浅，要知此事要躬行。课本上早已学过的东西，因为没有接触过实物，使得在刚使用机器时有“心有余而力不足”的感觉。

一款收款机，看起来很简单就是那么几个键，可要真正能熟练操作，我甚至用了比预期多一整天的时间才能真正地操作，但还不能和超市里的营业员们比。因为这是我接触的第一项产品，成绩如此不济，也激起了的兴趣和好学的愿望。

因此在以后的操作学习中，我倍加用功，专心致志，却也收到了事半功倍的效果。自己操作产品、熟悉产品，还不算难的，真正要下功夫学的是怎样向客户全面、生动，而又要简明、扼要、有所侧重要地介绍出自己的产品。这里面的关键是要会说，不仅要说对，还要说得能引起客户的兴趣，从而能成功地作成一庄生意。这也是对我一个巨大挑战，因为我本就不善言语，就更没有什么说话技巧和口才了，这也就是我就克服的困难。先是自己对着机器练，再是对着同事练，然后再找经理帮忙，要他装成顾客，我找他练，嘴皮子磨破了的时候，我也终于看到了经理脸上露出来的笑容。

接下来的一个星期里是实习业务阶段，就是通俗上说的“跑业务”。“跑业务”关键是要“跑”，要求我们能吃苦，能坚持，有韧力。因为业务技巧有过培训，产品自己也能了然于胸，但怎样正确地向客户表达出来，还需要师傅们实际教导。第一次接触生人，开始正式交谈，未免有些局促、放不开，话语的表达也不是很通顺、清楚、扼要，在跟着老师实际学习和模仿了几次以后，我基本上克服了第一次的毛病，老师也说好好了，并赞扬我进步很快。

再结束了师傅“带”的阶段之后，就是自己亲自独立上场，自己表演了。这也就是最后的7个礼拜的我的工作。所说已有了临场的经验，但毕竟是自己一个人出场，心中仍是存有余悸。因为我的工作主要就是向客户介绍、推广我们的餐饮软件，而人家显然是有备而来，对付的又是我这样的初出茅庐的新人，三下五去二就把我给摆平了。没用三句话，我就这样轻易地败下阵来，没有探出一句对我以后有用的信息，一次接触以后，我竟不知老板是谁，有没有分店，有多少员工，甚至没有留下经理的联系方式，更可悲的事是，我竟忘了请教他的姓名。

回到公司，经理问我出差情况，我无地自容，但也发誓一切要把这家搞定。这一次的失败，在我写给经理的报告中我作的深刻的反省，并向经理讨教了一些实用技巧。有了第一次的不幸和失败之后，我深知自己还很嫩，要学习和练习的东西还真得很多。因此，我在以后的实习工作中也充分认识到这一点，随时提醒自己要学习，所以在前面整整一个礼拜的无业绩之后，我终于迎来了我的第一个春天——我的第一桶金。这第一桶金就是从我第一次独自上路时跌倒的地方捡到的。

通过实习我明白到：工作往往不是一个人的事情，是一个团队在完成一个项目，在工作的过程中，如何去保持和团队中其他同事的交流和沟通也是相当重要的。一位资深人力资源专家曾对团队精神的能力要求有这样的观点：要有与别人沟

通、交流的能力以及与人合作的能力。合理的分工可以使大家在工作中各尽所长，团结合作，配合默契，共赴成功。个人要想成功及获得好的业绩，我牢记一个规则：我永远不能将个人利益凌驾于团队利益之上，在团队工作中，会出现在自己的协助下同时也从中受益的情况，反过来看，自己本身受益其中，这是保证自己成功的最重要的因素之一。

我相信通过自身的不断努力，拿出百尺竿头的干劲，胸怀会当凌绝顶的壮志，不断提高自身的综合素质，在与社会的接触过程中，减少磨合期的碰撞，加快融入社会的步伐，才能在人才高地上站稳脚跟，才能扬起理想的风帆，驶向成功的彼岸。

2019大学生市场营销实习报告（3） | 返回目录

时间过得真快!一个月的假期转眼就过去了，又要开学回学校了。回头想一想自己这个假期的实习经历，心里就很欣慰，感觉这个假期过得很有意义，很充实。

大学以前，每次放假我都呆在家里，除了帮父母干点家务也没参加过什么别的实习活动。现在上了大学，成为一名大学生，这意味着成长和独立，因此自己不能像以前那样度过假期，应该参加一些社会实习活动，接触社会、了解社会。

一方面可以把学到的理论知识应用到实习中去，提高各方面的能力，另一方面可以积累工作经验，对日后的就业大有裨益。放假前我就为假期计划，想找一份临时工。作为一名市场营销专业的学生，我打算找一份促销的工作。放假回家我把想法告诉父母，他们也同意，第二天我就到(地名)找工作，快过年了，很多商场、公司都搞促销，招聘节日促销员的很多。

走着看着，突然看到(公司名)招聘春节促销员的海报，上面写要上班十天，腊月二十到二十九，每天中午11点到下午5点

六个小时，提供住宿，一天四十块，很不错!适合我干，于是我赶快到他们店里应聘。去了老板让自我介绍一下，当我告诉他我是大二的学生，学的是市场营销，他一听就录用我了。老板给我大概讲下工作的情况，给我点资料看，并带我参观下宿舍，我感觉可以没意见，他就定下了，让我回家准备到时候过来上班就行。

第一天上班，我很兴奋，早上不到七点就起来了。自己早早起来，搞得爸妈也都起来了，妈妈给我弄吃的，爸爸帮我收拾东西，吃过饭，我带点衣服和生活用品坐车赶到市里。

你们这些大学生缺少经验，需要好好锻炼。”他和我聊了会，教我如何推销产品，让我向其他人学习，自信大胆一点，于是我慢慢放开胆去尝试，开始叫喊，拉顾客。接触几个顾客后，我发现这个没有自己想象的那么难，第一天我不但发完了传单和赠品，还卖出两百多的产品，老板说我很不错，进步很大，听了心里很高兴，很有成就感。

工作三天后，老板感觉我干的不错，让我一个人到一个增设的新点去。这里的来往的人不多，和超市那里相比人很少，不过我没有抱怨，反而更努力，用自己的热情吸引了很多顾客，卖出的产品比别人多，最多一天卖了八百多块，老板很满意的表扬我，并给我加了一百块的奖金，这让我更相信付出就有回报，努力就会成功。活动结束后，老板给我的考核评价是优秀，不仅发了工资，还发了好多东西，有吃的有喝的，自己都没法带了。过年在家，亲戚朋友知道我去市里打工都问我，每次我都自豪的给他们讲这段实习经历。

初六老板打电话给我，说公司还要搞几天活动，问我要不要去，我很爽快的就答应了，初七就去上班，年后又在那里干了十天，挣了五百块钱。这个工作大多时候都站着，虽然有些辛苦，但是它锻炼了我，让我体验了生活，而且能给自己挣点生活费，感觉很值!

这次实习 不仅让我了解学到很多东西，还锻炼了我的胆量、语言交流能力和心理 洞察能力，让我知道如何做好一名促销员。一名优秀的促销员应该注意以下几点：

一、保持良好个人形象，具有良好的休养和热情周到的服务态度；

二、精通所销售产品的知识并掌握足够的关联产业的知识，以及促销活动的相关情况；

三、具有良好的应变能力，能根据顾客的言语与表情察觉顾客的想法，作出适当的回应；

四、做好与厂家、商家及同事之间的沟通；五、不断学习，掌握销售能力和销售技巧。

校园和社会环境存在很大差别，这就要求我们不仅掌握理论知识，更要重视实习，利用假期时间走进社会实习，锻炼、提升自己，积累经验。成长，是一种经历；经历，是一种人生的体验。人生的意义不在于我们拥有了什么，而在于从中我们体会 什么。

假期社会实践活动给了我们一个锻炼自我的平台，让我们有所体会、有所启迪、有所感悟，让我们更好地成长。

大学生市场营销实习报告（4） | 返回目录

我是一名学习市场营销专业的xx届毕业生，在今年12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xx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！

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！

为期一个星期的实习结束了，我在这一个星期的实习中学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，受益非浅。现在我就对这个星期的实习做一个工作小结。首先介绍一下我的实习单位：啤酒，1998年2月成立，注册资金1.8亿，年产量15万吨。啤酒(中国)有限公司在各生产工厂实施了一系列的产品、品牌标准。同时，制定了雪花啤酒系列产品相关的工艺配方、酿造标准、包装标准等工艺技术标准。

生产车间分为，糖化车间，发酵车间，检验中心，包一车间，包二车间，污水除理。检验中心工作人员定期到包装车间检验啤酒的各项指标，以确保生产的啤酒合格，达到指标。啤酒的生产设备全国统一，工艺和质量控制标准全国统一，各地技术人员接受国外酿酒技术专业培训，从而保证了品质如一。啤酒多次被国家质量监督检验检疫总局正式认定为“中国名牌”产品。

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!

最后衷心感谢啤酒给我们提供实习机会！

大学生市场营销实践报告篇四

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习紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力，以达到学以致用目的。

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，受益非浅。现在我就对这一个月的工作做一个小结。

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习结合起来用在里面。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。对于我这个丝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习中去。

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：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；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；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，他使我们在实习中了解社会，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习中的一次尝试。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！

本溪市星火日杂批发部

通过这么久的实习，在销售方面我不敢说有了深刻的了解，但通过实习使我理清了思路，找准了切入市场营销对于原本的我既陌生又熟悉，大学生市场营销专业实习报告。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！

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。我所销售的日杂百货有很多品类，不用品类就要针对不同消费群体。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。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，实习报告《大学生市场营销专业实习报告》。

另一方面是要尊重你的竞争对手，很多业务员把其它公司的业务员看成敌人，这个想法是错的。如果你刚好在客户那边见到其它厂家的推销员，可礼貌地发张名片给他，他一般也会回张给你，说不定还有意外的收获。

这次实习还是我了解到如何定价，策略（1）地区性定价策略：有按在特定的交通工具上的交货的方式定价，统一交货定价，分区定价，基点定价；（2）心理定价策略：同价定价，分割定价，声望定价，整数定价，尾数定价，吉祥数字定价，习惯定价，招徕定价（将产品价格调整到低于价目标价格，甚至低于成本费用，以招徕顾客促进其它产品的销售）；（3）折扣定价策略：现金折扣，数量折扣，职能价格折扣，季节折扣等；（4）竞争导向定价策略：随行就市定价，限制定价策略，投标竞争定价；（5）需求歧视定价策略：应顾客而意，应时间而意，应场合而；（6）产品组合定价策略：系列产品定价，互补产品定价，互替产品定价等。这些想必你以前都没有听过吧，除此之外你还能简单的了解到一些定价方法，如有成本加成定价法，变动成本定价法，盈亏平衡点定价法，认知价值定价法，等等。在定价的实践活动中，定价方法和定价策略应互相匹配，以期最大限度的增强产品的市场竞争力，结合产品的特点，针对市场的现实状况，再结合有关学

过的内容就能把自己的产品给推销出去。

并且，做营销一定要有敏锐的洞察力，在接触市场的过程中，随时留意市场的变化，要推断下一步这个市场的需求，而主动提前做好推广计划，什么事都要快对手一步。

还有就是做这一行一定要吃苦耐劳，一分耕耘、一分收获真的在这上面有最全面的体现，做营销是很辛苦的，是体力和脑力的共同结合。营销一定要学会微笑，对自己微笑、对客户微笑、对困难微笑。微笑的魔力真的很大，当你见到客户的时候对他微笑，客户会觉得有种如沐春风的感觉，在良好的气氛中交谈肯定你的成功率会大很多。在现代通讯非常发达的今天，一定要用多种渠道去开拓你的客户，多利用现有的网络资源等，多给自己争取一些机会，勤奋和得法的市场营销者才会在残酷的市场竞争中拥有自己的一席之地。

大学生市场营销实践报告篇五

实习报告也是一种作业，所以完成好实习报告也是完成好作业并且获得高分的哦。然后实习报告写的主要两个方面，你在实习期间的所见所感。不妨看看相关内容！

实习时间□20xx.8.1~8.15

实习公司：国际旅行社

一、实习目的

二、实习内容

三、市场分析报告

四、实习报告总结及体会

本次实习的目的在于通过深入到社会商业经济中，将所学到的市场营销理论与实际的结合、提高待人处事的能力、了解消费者心理等，尤其是观察、分析和解决消费中的实际问题以便提高自己的实践能力和综合素质，希望能帮助自己以后更加顺利地融入社会。

首先简单介绍一下我的实习单位：湖南职工国际旅行社，是经湖南省工商局注册具有独立法人资格的实体单位，注册资金200万，是一家专业从事旅游电子商务、各种票务代订、旅游新产品销售等综合业务的有限公司。公司汇集了大批旅游行业精英，员工都是从事该行业多年，积累了丰富的旅游经验的优秀员工，短时间内在同行业中起到了很强大的影响力。公司坚持“少做广告，多做实惠”，在旅游市场领域里凭借高质量，低价位而闻名湖南同行，良好的信誉和员工的努力，公司的形象深深扎根广大消费者心中，并成功的树立了自己的优秀品牌。

在实习期间，我主要以旅游市场调研和办公室文秘类工作为主。在这半个月的实习工作中，我得以亲身体验社会，学到了很多在课堂上学不到的知识，并获得把课堂学习的理论知识与社会实际实践相结合的机会。通过这次实习，我对旅行社的经营、管理及组织结构有了初步的了解，在实践中使我认识到旅游业的一些基本情况，以及其对地区乃至国家经济发展的重要性，并补充了自己有限的理论知识，提高了实际的操作能力。

(一) 办公室文秘类工作

就别提做什么大事了。

经过一个月基础性的工作后，我与公司同事和领导进行了相互了解，彼此间建立了一定的信任感和亲近感，并且使我学会了一定的社会交际，提高了自己为人处事的能力。

(二) 旅游市场调研

随着市场经济的不断发展，市场营销学正不断地向旅游行业渗入，现已形成了旅游市场营销学，并逐渐地完善。市场调研作为市场营销的一部分，有着最为基础和重要的意义。

在公司实习期间，我有幸得到了一次实践性地市场调研活动，真是兴奋之极。在学校里，经常听文老师讲些有关市场营销的理论知识，偶尔在大二的时候有过些实验性地模拟调研，但从没有过如此正式地社会调研。对我来说，这次绝对是一个把三年来所学的理论知识与社会实践相结合的绝佳机会，所以我本人非常的慎重与认真。

在做市场调研的整个过程中，我表现得相当活跃与积极。调研前期进行了调查问卷设计，以及调研对象分析，很多观点还得到了上级和同事的认可与赞许。市场调研中期，也就是正式有对象性的社会调查，我和同事们以小组的形式进行，按区域分配，我所在的小组负责韶山一块。我们接到任务后，我提议以街区为单位，每人负责一部分，分头行事，这样可以在最短的时间内完成任务，同事们都表示同意。于是，充满激情、汗水、劳累与期望的一天就这样的开始了。回到公司，我们进行问卷统计与分析后，把结果交给了负责人。领导看了市场分析后对我们赞扬了一翻。经过此次调研活动，我对湖南旅游市场有了更进一步的认识了解，特别是顾客这一块，也对自己有了更深的认识，发现了许多不足之处，需要更努力地不断学习提高。

目前省内的旅游市场分析

加坡促销。四是外延扩张与内涵提升并重，推动旅行社跨越发展。近年来，省内各大主要旅行社在提升企业内涵的同时，根据旅游消费趋势、行业特点和产品特性，结合企业经营理念和模式不断打造品牌，增设分公司、门店等网点，朝规模化经营、品牌经营转变。如湖南省中青旅国际旅行社有限公

司和湖南海外旅游有限公司不断加强区域网络扩张，连锁门店不仅基本覆盖全省，还在其重要的客源码头城市设立了分公司。

第二，优秀员工流失问题。现在很多企业都面临着一个共同的问题，那就是优秀员工的流失，旅行社作为服务性企业，人员具有高流动性。我在公司实习的短短半个月中，就有一位优秀的导游想离开，但不知道经理用了什么方法留在了她。这不是一个小问题，人才的流失将带来一系列问题，如企业机密泄露，客户流失，成本上长升等。所以，旅行社应该重视这一问题。

第三，旅游市场混乱。相信到旅游过的人，都知道旅游市场的大致情况。各种黑导，宰客现象，旅游市场其实处于一种相对混乱的状态。但是近年来，经过政府对市场进行的各种调控后，现在稍有好转。不管哪一行业，市场混乱将增加企业许多额外的成本，严重地将导致企业灭完。

一、突出针对性，讲求实效。各大旅行社认为，根据不同的市场采取不同的促销策略、针对性地推出产品，才能出实效，特别是境外旅游市场。要根据旅游市场的结构特点制定出相应的市场开拓规划，有重点、分层次地进行促销，并按照市场开拓规划，有选择性地参加国家旅游局牵头组织的境外促销活动。

二、运用现代技术，改进促销方式。各大旅行社认为，携带大量纸质宣传资料参加旅游交易会、博览会、旅展等是在资讯很不发达的环境下采取的旅游营销手段和方式，在特定的环境下有一定的效果。在网络、通讯异常发达的今天，要采取网络营销、电信营销等新型营销方式，这不仅更加符合受众的需要，而且更加低碳、环保。

三、借船出海，协调利用其他机构促销。各大旅行社认为，旅游产业本身的高关联性决定了旅游市场的开拓离不开航空

公司、口岸办、国家旅游局驻境外办事处和国家驻外使馆等机构的支持。协调与这些机构的关系，充分利用和发挥它们各自的优势，借船出海，对旅游宣传促销可起到事半功倍的效果。

在实习期间公司的同事给予了我热情的指导和帮助，而我也虚心向他们请教学习，把大学所学的知识加以运用，在理论运用于实践的同时，也在实践中更加深刻地理解了以前没有理解透彻的知识。经过这些天的实习，我对公司也有了更深刻的了解，也初步熟悉了旅游的具体操作步骤。更重要的是，这是我踏入社会的第一步，虽然只有短短两个星期的时间，但是也让我看到了自己的很多欠缺，让我深知出身社会，还需要很多学校里学不到的能力。

虽然已经是进入大四了，但对于实际社会工作还是茫茫然的，毕竟书本上的只是一个概念，具体操作并没有教你。难得的实习机会，我想把它做好。在这段时间学会了一些比较琐碎的事情，但确实体会到了工作的辛酸，觉得自己在学校所学的专业知识严重不足，不能适应激烈的工作要求，像那些实际操作性极强的工作，我们这些刚出来没什么工作经验，而且本身就没好好学学校的专业课的人来说，根本无法和那些老手相竞争，有时候感觉确实无从下手。只有虚心的请教和多用心去做才可以慢慢的摸索出一条道路。