

最新营销策划报告书 营销策划实习报告(优质5篇)

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢！

营销策划报告书篇一

会展策划与营销实习是会展专业学生的专业实习。该实习有助于学生了解实际，为学生能够更好地将会展营销理论与会展实践活动结合起来，以更深入的学习和把握专业课的知识。同时，培养学生对资料的分析运用的能力，为大四阶段毕业实习及毕业论文的写作打下良好的基础。

二、实习时间：实习周期3周□20xx年12月

三、实习地点：龙湖镇大学城

主要成立“汽车展营销与策划小组”进行展会模拟策划和举办

第一阶段：成立“汽车展营销与策划小组”（6个人为一组）。掌握展览策划的基本流程，进行案头调查，初步拟定车展营销策划案。

在这个阶段，我利用网络查找了关于汽车展在世界各地方和中国的的举办情况，首先说国际车展，国际车展是国际厂商的集体实力秀，也是刺激眼球经济的最好形式。按目前国际惯例，被公认的国际车展共有“五大”，按一年中举办的先后顺序分别为北美底特律车展、巴黎车展、日内瓦车展、法兰克福车展和东京车展。除这五大车展外，纽约车展在业内

也有相当地位。还有国内的著名汽车展览会，主要有：北京国际汽车展览会，第六届中国(广州)国际汽车展、“深圳国际汽车博览会”，中国重庆国际汽车工业展览会，青岛国际汽车工业展览会。当然我们举办的只是本地区面向本地市场的汽车展会，了解这些只是想赶上世界的潮流，学习人家先进经验。

第二阶段：以小组为单位，查资料，进行汽车市场的分析与调研，与行业的角度对参观企业进行一个调查：；对龙湖镇的乘用车需求做一个调查。

在此阶段，我们采用了问卷调查方法，对汽车行业，本地居民对汽车的需求，以及会展业的发展方面进行了调查。综合分析得出，汽车行业前景依然火爆，很多人都有精型汽车购买的愿望，本地居民需要的是中低端小轿车，部分高端销售人群需要购买豪车。

第三阶段：对营销策划方案进行案例分析，同时结合汽车展进行未来的研究。并且重新拟定车展的营销策划方案。

在此阶段，我主要负责车展营销方案展期促销的工作。主要通过媒体宣传、新车发布会、形象大使dm派发、现场优惠和抽奖、互动游戏等方式。在ppt上我也是主要负责这个方面的内容。

第四阶段：根据自己小组的方案，进行现场的汇报，同时对比其他小组的汇报，做出最后的总结与评价。

通过这次实习，我学到了很多书本上没有的知识，明白了很多课外的知识。

首先，是团队精神。在一个组织或部门之中，团队合作精神显得尤为重要，要加强与他人的合作，有责任心的，有意志力的，而且，还要有着对于自身团队的荣誉感，使命感。俗

话说：“人心齐，泰山移。”学会与他人合作，发挥团队精神在具体生活中的运用，可以使我们收到事半功倍的效果，可以使我们的工作更加良好地向前发展。我们小组通过这次实习，更加明确了团结分工的重要性。所以感觉工作做起来得心应手。使得这次工作感觉做的很圆满。

其次：是对知识的运用。书本上学习的再好，终究还是书本知识，我们学习的目的就是学以致用，所以，把知识与实践紧密的结合起来，才是正确的选择，不能读死书。我们会展专业更是如此，会展专业需要紧紧与实际结合起来，这样毕业之后才能够立马用上，才不会迷茫。

最后：知识面不宽。平时接触外边的机会少，感觉各方面掌握的知识不充足。这使得在展会策划方面总会忘记哪方面，还好有团队的配合才使方案得到补充。

这次实习所学到的和感受到的，将是我们终生受用一笔财富。只要我们用心的发掘、勇敢地尝试、认真的去请教，一定能更大的收获和启发的，也只有这样才能为自己以后的工作和生活积累更多丰富的知识和宝贵的经验。

营销策划方案范文

会议营销策划方案

地产营销策划方案

创意营销策划方案

营销策划书

审计实习报告

行政实习报告

综合实习报告

土地实习报告

月度实习报告

营销策划报告书篇二

营销创新是中国企业市场营销的发展需要，当前中国企业市场营销主要面临着下面几个问题：

我国有很多企业在营销中，过于强调销售业绩，忽视产品售后服务的美誉建设；强调销售人员单兵作战能力，忽视销售人员相互协作；强调销售部门对企业兴旺的关键性作用，忽视销售部门与其他工作部门的密切联系。与时俱进的营销观念，是企业整体营销观念的贯彻，要求企业所有部门和员工密切协作，在各尽其责中实现企业的营销目标。

一般情况下，绝大多数企业的高层管理人员都比较重视营销工作，但营销却只是企业营销部门的事，企业高层或没有配备专职的管理人员，或管理职责不到位，因此，这种重视具有明显的局部性、不确定性和非过程性，造成企业营销不系统、不全面、不到位。高层管理缺位带来了许多危害：一是企业全部的营销资源得不到很好的整合，影响企业整体营销优势的发挥；二是营销决策缓慢；三是营销缺乏方向。企业营销高层缺位时，企业的营销只能是营销部门跟着感觉走，仅仅是以卖出产品为核心目标，企业的整个营销系统没有战略、没有方向，营销人员脚踩西瓜皮，滑到哪里算哪里。结果是企业产品无法销售出去，还会严重影响到整个企业的形象。

市场营销是以研究综合性市场营销活动及规律为目标，它通过发现顾客的需求，并将其转化为对产品与服务的要求，再通过有效的促销、分销渠道和价格策略来最大限度地满足顾客需求。现代企业管理理论要求企业以市场为中心，以顾客

为目标，从而确立了市场营销在企业管理中的核心地位。市场营销是由企业顾客及相关环境因素组成的系统，体现了企业和顾客在一定环境条件下的相互协调关系。它与企业其他部门是相互制约、互相影响、互相促进的，是构成企业管理系统的一个有机组成部分。现在国内很多企业总是把市场营销同其他部门割裂开来，单独做市场营销决策和计划，结果，必然影响到企业市场营销创新及整体的发展。

营销策划报告书篇三

这次的实训目的《汽车营销业务实训》是汽车技术服务与营销专业学生的一个重要实践性环节，针对课堂所学《汽车维修业务接待》、《汽车配件市场营销》、《汽车贸易理论与实务》、《汽车保险与理赔知识》课程，联系专业的就业方向。了解在汽车销售服务企业汽车销售及后市场服务过程中各环节的实际运作流程和运作模式，熟悉和掌握操作技巧，提高运用相关理论知识分析、研究、解决具体汽车营销过程中所发现的问题的能力。

第七步是出厂单，这一步主要是输入信息就可以了，其它什么也不用填写了，就直接点击出厂退出就行了。

为期一周的汽车营销业务实训课就这样结束了！作为一名汽车营销专业的学生，我非常认真地完成了这次的实训课程，并且在此次的营销业务实训中获得了许多在课本及工作中不易得到的宝贵知识。虽然上课期间从老师那里学习到了不少的营销知识，可是通过这次实训后，深深的感悟到自身的知识短浅，并通过实训课程开拓视野，提高营销能力。

开始上第一节课的时候老师叫我们准备纸和笔，把汽修、汽贸、汽配、车险承保、车险理赔的步骤详细的记下来。刚开始做的时候，真的觉得那些东西很难，要很小心、很认真地去，不然做错一步就要重新做过一次，我觉得学会这些是要有一定的耐心和细心的。

此次实训课就这样结束了，我似乎还有意犹未尽的感觉，实践时虽然有些困难，但是收获成功的感觉是令人非常愉悦的。平常沉默寡言的同学们也在此次实训课中表现了出色的能力，说明实训课时我们是意义非凡的。两周真的很短暂，在这段时间内每天我都能学到不同的营销知识，还可以与同学们沟通了解实训内容，培养自己的语言能力和耐心，让我获益良多。

最后，非常感谢老师们在此次实训过程中予以我们的指导和帮助。这次实训对于我们以后的学习和工作都是很有帮助的，也使我们也更加有信心迎接即将到来的各种考验。

营销策划报告书篇四

按照学校的计划，16周是我们的市场营销实训周。

这次的市场营销就是对市场进行调查，然后根据调查结果，选择要销售的产品，最后制定价格及销售策略开展校内产品销售。

6月9号到10号上午主要是营销的前期准备，货物是9号之前就已经批了回来的，我觉得那些货物里面有几种产品是没有进好的。

第一件是那种玩具式的电动风扇。

像这种风扇是肯定难以销售出去的，这是因为：

(一)我们都是大学生了，那种东西不太适合我们这个年龄段的人用；

(二)这个东西不新奇，如果这种东西新奇的话，根据年轻人喜好新鲜东西的心理，可能还可以销售出去，但是这种产品

早在几年前就看到过了；(三)不实用，学校给每个宿舍的学生都配了风扇，教室也有风扇和空调，所以这种东西根本派不上用场。

第二件是手链，那种手链是可以根据自己的爱好来配的，但是那种东西以前有人在校门口卖过，实际上市场就已经很小了，配一条这样的手链也很不实惠。

第三件是太阳伞，虽说太阳伞对学生来说需求量比较大但是这种产品的价格比较高，更换的速度也不是很快，不适合我们这种只搞几天的短期销售，那么9号下午贴海报，设计不是很令人满意，因为上面只写了我们在搞市场营销实训，但没有写清楚实训到底是搞什么到底在哪个地方搞。

10号下午就正式进入了营销阶段，那么在其中有一件事是感触很深的，老师交给了我们一批货物需要我们自己来定价，由于考虑到学生买东西可能会还价，所以决定定得高一点，可是谁知道货物一摆出去，别人一看到这个价格就直接走了。

后来想一下也是，作为一个学生经济能力有限，价格太高一般人接受不了，而且这种产品并非品牌，只是摆在小摊子，所以无论从包装还是本身的价值来说，定价确实不合理。

其实从这里也可以看出我们的专业知识学的还是很不扎实的，市场营销书里面有一个章节就是讲产品的定价的，书里面说定价要由市场的供需、产品成本、市场竞争、消费者心理来决定的，很明显在这个里面我们没有考虑到市场供需状况和消费者的心理因素。

我们的这个活动，第二天我们把摊点分了一个摆到下面去了销售成果比第一天的要好了好多。

12号由于进的一批货物，在校内销售的话市场过小，所以需要在外边销售，这样绝对没有在校内那样轻松，你得在早晨7

点赶到那里因为那个时候是家庭主妇们出来买菜的时候。

而过了那个时间段就不会再有很多人出来;在外面这样子摆地摊有的时候连一张像样的桌子都没有的,你只能随便地搞一个东西铺在地上然后把产品铺在上面,在学校里面还有老师可以帮你解决一下这方面的问题但是在外面一切都得你自己想办法;这一次碰到了一件比较有味的事,就在我们快走的时候碰到了一个收卫生费的,说真的要不是这次的在外面的实习我还真不知道有收卫生费这一档子的事,到社会上还是能够多了解到许多在学校里面看不到的事情。

虽说这次的销售成绩并不是很理想,但是想到我们是初次外出推销,还能卖出几件我就很高兴了,享受的过程要远比享受结果要快乐的多。

这几天实训真的很累,但有一句话是这么说的“累并快乐着”,虽然说很苦,但是这几天我过得很充实,而且我有机会将我在书本上学到的东西应用到实践中去,同时也学到了许多书本上学不到的东西。

这次实训也大大提高了我们班的凝聚力,我在这一次的实训中,对我们班的同学有了进一步的了解,同时也拉近了我和一些同学的关系,我交了几个好朋友,在人生的道路上我又多了几笔财富。

题目:营销实务电子模拟总结报告

成员:葛青梦31103123

刘跃程31103339任轶31103545

班级:2011级专科市场开发与营销01班

2013年10月31日一、实验时间二、实验目的

通过此次的模拟营销来让我们更加的喜爱我们的专业，进一步巩固、深化已经学过的理论知识，加强对营销的深刻认识，同时提高综合运用能力，加大对营销手段、手法的运用，考虑到了更多的实际性问题，不再像过去的枯燥理论知识，合理的将过去的知识应用到现在。

三、实验内容

针对手机、茶叶、手表的模拟销售。

四、实验总结

关于因纳特市场营销模拟软件，大家都是第一次接触，并且都对这个软件的未知充满了好奇。

因纳特市场营销模拟软件把全国市场分为华南、华东、华中、华北、西北、东北、西南七大区域，构建全国不同区域的营销模拟环境。

分好的小组在七大区域里进行营销策略的竞争和对抗，是市场营销专业学生实习和实训的综合性模拟平台。

在软件中每个小组成立一家公司，每个公司创建自己的品牌，在变化的环境中实施自己的策略，公司需要寻求最大市场份额和实际销售数量之间的最佳平衡点，并且寻求最小的投入让市场份额最大。

最后，以各自小组的利润率来进行评比。

在我们第一次使用这个软件的时候，我们销售的是手机，进价600元。

原始资金500万。

因为大家都处于摸索阶段，所以都在不慌不慢中进行。

但是由于是第一次操作，我们原计划是打算将市场投放在华东地区，因为自己的疏忽，在我们将市场投放在华东地区以后，却错将广告投放在了华北地区，在华北地区投放了一大笔费用。

当时我们郁闷了很久，但是我们没有灰心，因为发现自己的资金还有300万，所以又一鼓作气在华东地区重振旗鼓。

最后以2.0%左右的利润率排名全班第一位。

在之后的茶叶销售和手机销售中，我们以同样的方式去与其他小组进行市场抢夺，但是在后两次市场竞争中，出现了恶性竞争的场面，有些小组以低价进入市场，导致我们在某些区域上无法与他们进行抢夺。

但是我们因为在华东地区上稳定的收入，所以没有参与这场恶性竞争，最后都以7%和14%的利润率稳居全班第一位。

出现意外的是在最后一场竞争中。

这场竞争尤其的惨烈，同学们之间差点没了同学的友谊。

这一次我们销售的是手表，进价1500元，原始资金500万。

我们原计划以相同的'方式进入市场，但是大家都已熟知市场的操作模式与软件的漏洞，都明白速度是抢占市场的主要胜利因素。

我们也同样急于抢占市场，所以在急进的心理下，我们又再一次点错了鼠标，将市场错误的投放在了华北区域。

这一次，我们仍然决定就以华北市场为主要根据地，然后再进行发展。

让我们万万没有想到的是，半路杀出个程咬金，有一个小组

突然进入华北地区，全部以低价占领市场，因此我们失去了全部华北区域的市场。

而此时，全国的市场已经全部被占领完。

我们陷入了困兽之斗。

此时我们已经投放了大笔资金，却一个市场也没有了，所以我们做出了一个愚蠢的决定，在其他区域建立根据地，然后以更低价的销售抢占市场，就这样，所有的小组都陷入了恶性竞争。

在第一季度结束的时候，没有一个是盈利的，而我们的总投入却是最大。

我们意识到这一场仗将会打得很艰难。

在前4个季度，我们几乎都处于亏损状态，之后的季度我们又重新与其他商家进行合作，然后违约资金赔了将近100万，但是我们减少了成本支出，之后逐渐处于盈利状态。

通过这一次身心疲惫的战斗，我们学到了很多。

我们应该对市场营销的知识有一个清楚的了解，通过市场营销知识的了解，可以更好地在实验中运用，以实现虚拟公司的收入增加。

如果没有市场营销的相关知识，就不可能做好任何一项营销模拟。

只有每个成员充分的发挥自己的能力，大家团结一致，相互鼓励才可能给公司带来利润。

同时在以后的生活工作中，同事间大家相互的信任更是成功的关键。

工作中遇到困难不到最后不要轻易放弃，只要我们坚持到最后，成功可能就降临身旁，就如我们最后一次的战斗一样。

投资具有一定的风险性，但如果由于风险而畏手畏脚的，不敢加大投资成本，你永远不可能位列前茅。

面对竞争对手的恶性竞争，我们更应该沉着应对。

这次模拟操作实验让我们受益匪浅，让我们大致了解的公司的基本操作模式。

希望这次我们从中学到的经验和教训，能够更好的运用到以后的实战中去，历史不能改变，所以我们更应该脚踏实地、更好的规划好自己的未来。

营销策划报告书篇五

能进入xx实习真是一个非常难得的机会，所以我是幸运的，也更加珍惜这一个半月的实习时间。还记得刚来的时候，很不适应办公室的工作环境，觉得压抑不自由。没有什么事情，自己也不知道该干什么，大家都很忙，自己这么闲真是一种耻辱。后来帆姐给我安排了第一个任务，部门的文件整理及录入。当同学们知道我那几天做的这些事情时，都说公司不重视我，让我做文员的工作。但我不这样认为，这个任务让我更加清晰地认识了营销策划部到底是一个什么样的部门，具体都做一些什么事情，公司对做一件事情的要求是什么等。就目前来看，我依旧认为这是我做的最长见识的一个任务。

在实习中做的每一件事情都是快乐的，因为每做一件事情都会有一定的收获。做周末活动，我知道了在公司中做活动，面对的对象是顾客，一切都要以顾客为主，并抱有一颗服务顾客的心和热情的态度，转变了我在学校中做学生工作的一些态度和看法。写请示文件，我知道了最重要的就是简明扼

要的表达出主要意思，让别人能很快的看懂所要表达的意思，并且要有严谨的态度，尤其在一些关系到钱的方面，一定要细致周到全面，分毫不差。

事情不多，也许大部分都是小事，但是要从这些小事中学会思考，懂得发现，所谓复杂的事情简单做，简单的事情重复做，重复的事情创新做。就是这些，一点点积累，现在的我已经可以进入到工作的状态了，即使师傅没有给我安排事情，我也会自己找一些事情，看看资料，学习一下有关营销策划或是广告方面的知识，弄懂一些之前工作中遇到的问题，在后来的工作中如果用上了自己所学的知识就非常有成就感。

在xx实习，不仅做事是快乐的，跟大家在一起相处更是快乐的。一个半月，我认识了营销策划部的每一个人，认识了其他部门的学长学姐，认识了销售大厅的置业顾问甚至是每天为我们服务的保安。还记得第一天，到中午吃饭的时候，很多人叫我去吃午饭，他们说“小丫头吃饭了”“洗手吃饭啦，我等你”。让我一下子觉得自己不再是一个外人，我也能融入这个大家庭里，他们告诉我食堂的面很抢手，汤做的很不错。部门里的一个同事过生日，同事送来了两个蛋糕，我们一起在办公室里偷偷庆祝，一起开玩笑，闹完了笑完了，又赶紧回去做事。那样的和谐，那样的融洽，让人真舍不得离开这里。

当然，我在他们身上也学到了很多，不过更多的只能说看到了自己的不足，他们的能力和特长，也不是我几天就能学会的。他们让我看到了一个优秀毕业生所应有的知识储备，一个优秀职业人所应具备的职业素养，一个优秀领导人的个人魅力。也突然让我找到了自己在大四一年里应该努力的方向和目标，就是向他们靠近，改正缺点，弥补不足。

之前总认为，自己性格外向，有些粗心大意，但是在工作中发现，只要我用心，做事还是可以很细心周到的，这一点也受到了师傅的认可。在工作的这几十天中，最值得自我肯定

的，应该是学会了“自省”。以前很好奇地觉得世界离我有那么远，两只眼睛不够看，两只手不够抓，小脑袋也转不过来，有那么多东西可以去学，去看去走去体验，每日跑来闹去，却很少停下回头看看，看看自己走过的路，总结一下。每天下班回学校的路上，或是晚上一个人在宿舍，都会回忆一下一天做过的事，哪些是今天新学的东西，哪些事情也许可以做的更好，好像也不是刻意地，不经意间就会时不时的想起，这样一来，还感觉自己一天做了不少事情，问题多了，收获也更多了。

真的走出校门了，自己做的事情就要担负起责任了。在学校中，敢于大胆做事，因为即使做错了，影响也不会太大，没有人会责备，大不了就是做的不好。但是现在不一样了，事情做的不好，有可能会影响到同事，影响到公司的利益，所以自己总是很小心翼翼，有些事情不敢自己做决定，拿不定主意。我觉得这个问题不光是缺乏经验，也还需要转换自己的思维，看来在以后的学习生活当中还要多锻炼，尽快要让自己成为一个有思想，敢担当的人，毕竟马上就要找工作了，要为自己的人生大事做选择了。

即使我不是一名优秀的实习生，但至少我是一名合格的实习生。实习的目的就是要积攒工作经验，提高工作能力，我认为我达到了实习目的，也达到了自己预定的目标。希望自己可以继续总结自我，认识自我，努力改正不足，学习更多的知识，有朝一日可以成为一名真正的地产人。

营销策划书

地产营销策划方案

创意营销策划方案

会议营销策划方案

教师顶岗实习实习报告

业务部营销策划室营销主管的述职报告范文

营销策划公司会议总结

营销策划书提纲

会议营销策划方案范文

关于电脑营销策划方案