# 2024年市场营销求职简历模板通用

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2024-06-09

*20\_年市场营销求职简历模板通用一本次实习的目的在于通过理论与实际的结合、个人与社会的沟通，进一步培养自己的业务水平、与人相处的技巧、团队协作精神、待人处事的能力等，尤其是观察、分析和解决问题的实际工作能力，以便提高自己的实践能力和综合素质...*

**20\_年市场营销求职简历模板通用一**

本次实习的目的在于通过理论与实际的结合、个人与社会的沟通，进一步培养自己的业务水平、与人相处的技巧、团队协作精神、待人处事的能力等，尤其是观察、分析和解决问题的实际工作能力，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，投入到自己的工作中。一般来说，学校的生活环境和社会的工作环境存在很大的差距，学校主要专注于培养学生的学习能力和专业技能，社会主要专注于员工的专业知识和业务能力。要适应社会的生存要求，除了要加强课堂上的理论知识外，还必须要亲自接触社会参加工作实践，通过对社会工作的了解指导课堂学习。实际体会一般公司职员的基本素质要求，以培养自己的适应能力、组织能力、协调能力和分析解决实际问题的工作能力。实习在帮助应届毕业生从校园走向社会起到了非常重要的作用，因此要给予高度的重视。通过实习，让自己找出自身状况与社会实际需要的差距，并在以后的学习期间及时补充相关知识，为求职与正式工作做好充分的知识、能力准备，从而缩短从校园走向社会的心理适应期。

实习的内容主要是销售化妆品，学习公司的企业文化、销售技巧、团队协作精神、礼仪等各方面的知识。凭着对本公司产品的了解和与其它公司产品的对比，突出本公司产品的优点和公司的良好信誉，积极开拓客户源，向顾客推销产品，并尽量推销系列产品，完成公司分配的任务。

4月7日到4月19日，我在东方丽人化妆品店进行了为期两个星期的实习。这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，也初步熟悉了销售员的实际操作步骤。更重要的是，这是我踏入社会的第一步，虽然只有两个星期的时间，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。这公司的经营理念是：质量和服务是经营的重中之重、把顾客放在第一位。由于有良好的质量加服务，本公司已建立了良好的业务关系。虽然已经是大四毕业班的，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。虽然说这只是个销售化妆品的公司，但在这实习期间，我从培训到商品的整理以及到产品的现场营销等，都全身心的投入到工作中去。实习对我来说是个既熟悉又陌生的字眼，因为我十几年的学生生涯也经历过很多的实习，但这次却又是那么的与众不同。它将全面检验我各方面的能力：学习、生活、心理、身体、思想等等。就像是一块试金石，检验我能否将所学理论知识用到实践中去。关系到我将来能否顺利的立足于这个充满挑战的社会，也是我建立信心的关键所在，所以，我对它的投入也是百分之百的!紧张的两个星期的实习生活结束了，在这两个多月里我还是有不少的收获。

首先，这次实习启发和引导我们多观察、多思考、多实践，增强了我们的感性认识，提高了我们的实践能力。其次，经过为期四天的认识实习，我对于营销和营销在实战中的应用有了更进一步的认识和理解。营销不是简单的销售，它包括目标市场选择、市场定位、发展产品战略、整合营销等从产品生产前到销售以及售后一系列的内容。市场是千变万化的营销战略要随着其变化而改进，这就需要制定营销战略的人员敏锐的洞察力以及高瞻远瞩的目光。这些能力都是我们缺乏的，需要我们在学好本专业知识的同时多参加实践，在实践中锻炼自己，不断摸索其中的门路。最后，通过这次实习增强自己对营销更浓厚的兴趣，提高了自己观察、思考和实践能力，更加坚信了自己对营销专业的选择。一直以来自己对营销策划就感兴趣，经过这次实习人自己体会到了策划的重要性，增强了自己对未来事业追求的信心。道路是坎坷的前途是光明的，只要怀着一颗求知与不服输的心，相信自己一定能成功。

**20\_年市场营销求职简历模板通用二**

一、市场分析

年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，采用的工具是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，经过swot分析，从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。

比如，经过市场分析，清晰地明白市场现状和未来趋势：产品(档次）向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销），寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

二、营销思路

营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的\"精神\"纲领，是营销工作的方向和\"灵魂\"，也是销售部需要经常灌输和贯彻的营销操作理念。针对这一点，制定具体的营销思路，其中涵盖了如下几方面的资料：

1、树立全员营销观念，真正体现\"营销生活化，生活营销化\".

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，构成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现\"两高一差\"，即要坚持\"运作差异化，高价位、高促销\"的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，充分结合了企业的实际，不仅仅翔实、有可操作性，并且还与时俱进，体现了创新的营销精神，所以，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

三、销售目标

销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，所以，科学、合理的销售目标制定也是年度销售计划的最重要和最核心的部分。

那么，李经理是如何制定销售目标的呢

1、根据上一年度的销售数额，按照必须增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅仅体此刻具体的每一个月度，并且还职责到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，根据企业产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品）：b(平价、微利上量产品）：c(低价：战略性炮灰产品）=2:3:1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

四、营销策略

营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有力保障。根据行业运作形势，结合市场运做经验，制定如下的营销策略：

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，构成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行\"一套价格体系，两种返利模式\"，即价格相同，但返利标准根据距离远近不一样而有所不一样的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

4、促销策略，在\"高价位、高促销\"的基础上，开创性地提出了\"连环促销\"的营销理念，它具有如下几个特征：

一、促销体现\"联动\"，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切能够利用的资源，有效挤压竞争对手。

二、连环的促销方式至少两个以上，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。

三、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不一样，经过富有吸引力的促销品，实现市场\"动销\"，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

5、服务策略，细节决定成败，在\"人无我有，人有我优，人优我新，人新我转\"的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了\"5s\"温情服务承诺，并建立起\"贴身式\"、\"保姆式\"的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。经过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

五、团队管理

在这个模块，主要锁定两个方面的资料：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定人员招聘和培养计划，比如，\_\_年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要到达200人，这些人要在什么时间内到位，落实职责人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

2、团队管理，明确提出打造\"铁鹰\"团队的口号，并根据这个目标，采取了如下几项措施：一、健全和完善规章制度，从企业的\"典章\"、条例这些\"母法\"，到营销管理制度这些\"子法\"，都进行了修订和补充。比如，制定《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员\"三个一\"日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。二、强

公司销售计划书范文提要：市场分析。年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，采用的工具是目前企业经常使用的swot分析法

化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构理解培训等等。

3、严格奖惩，建立良好的激励考核机制。经过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。旨在经过这一系列的团队整合，目地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的\"铁血团队\".

六、费用预算

销售计划的最终一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，经过费用预算，能够合理地进行费用控制和调配，使企业的资源\"好钢用在刀刃上\"，以求企业的资金利用率到达最大化，从而不偏离市场发展轨道。

做年度销售计划时，充分利用表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都经过表格的形式予以体现，不仅仅一目了然，并且还具有比较性、参照性，使以上资料更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，到达如下目的：

1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，经过营销计划的制定，不仅仅理清销售思路，并且还为具体操作市场指明方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅仅量化了全年的销售目标，并且还经过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，经过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展供给了策略支持。

4、吹响了\"铁鹰\"团队打造的号角，经过年度销售计划的拟订，确定了\"铁鹰\"打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创立学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

**20\_年市场营销求职简历模板通用三**

一、市场分析

（一）企业的目标和任务

随着人们物质生活水平和审美能力的提高，服装市场的竞争也越来越激烈。

爱美之心人皆有之，体形偏胖的人在选购衣服的时候，伤透了脑筋；可选择的衣服面料和款式少之又少；而那些能够体现其气质、自信心的服饰更是凤毛麟角。尽管体形偏胖的消费者遇到了种种消费尴尬，但这也明胖人服饰市场有其发展的空间和潜在的市场。

据统计，20xx年，我国的肥胖人数已经达到3.25亿人，中国成人超重率为22.8％，肥胖率为7.1％，估计现有超重和肥胖人数分别为2亿和6000多万。大城市成人超重率与肥胖率分别高达30.0％和12.3％，儿童肥胖率达8.1％。数据与1992年全国营养调查资料相比，成人超重率上升39％，肥胖率上升97％。而且还有增加的空间，其中女性肥胖者占五分之二。与这种现象形成对比的是，市面上为肥胖人士提供适用产品的专门店却并不多见。胖人也需要适合自己的服饰来展现自己的自信，他们构成了市场消费的主体；而从审美角度上来说，“环肥燕瘦”自古有之，具有“以肥为美”审美的群体也不在少数，结合他们的审美意识，从而设计创造出胖人自己的服装，将会开创胖人服装市场。

目前，在我国为体胖女性提供服装的专门商店并不是很多，而且没有品牌商店。关键在于没有专门的企业从事这方面的生产和销售。针对体胖女性这一特殊的群体，必须有独特的经营理念，因为这部分顾客和“固定”，一旦成为顾客，很有可能是长期的顾客。“很多胖体女性很难购买到合适的服装，所以我们会为我们的顾客建立档案，一旦有最新流行的款式就根据顾客不同的喜好通过电话联系订购。这样一来，不仅仅解决了顾客的难题，也打开了销路。”这是承德某服饰公司的张老板的经营理念，很值得有兴趣从事这一类型服装生产的企业借鉴。另外，对于胖体女性来说，能够弥补或者说遮掩胖体的服装是会受到额外青睐的，因此设计合理，使顾客穿上以后别具风韵，不会体现出体形的不足，当然会赢得更多的回头客。

（二）战略分析

由于自己本身属于肥胖者，平时接触最多的也是一些胖人服饰的专卖店，但很多店面都是规模不大，没有自己品牌，主要做服装加工的中小型企业。在国际金融危机尚未平息且有愈演愈烈趋势的今天，很多依赖外贸订单的企业日子并不好过，那么，这些企业有没有其他出路呢？国家给出的4万亿拉内需已经明确表明了方向，除了搞基建，总有那么一点“馅饼”会落到我们纺织服装头上吧？关键是谁能接住呢？所以创新已经成为中小企业生存和发展的主要出路。因此胖太太就要从创新出发，设计、经营出最好最漂亮的适合胖人自己的服饰，让他们穿出自己的特色，增加自信心。

（三）主要竞争者分析

目前市面上存在多个胖人服饰品牌，如胖人坊等。它们都对“胖人坊”市场形

成巨大威胁。现对胖人坊品牌服饰进行分析。

1 、“胖人坊”是专业的胖人服饰品牌

优势：

a.市场拉力较大

b.标识新颖，陈列醒目.

c.市场操作灵活，促销活动多样

d.具有完善的分销网络和开拓网络的优秀的业务人员。

e.品牌知名度基础较深

f.品牌诉求与时代俱进

g.市场基础较扎实

h.认知度普遍较高

劣势：

a.比同类小包装其他品牌价位要高，消费者的购买往往会受终端影响 b.不太注重路演活动

c.媒体传播缺乏整合

d.终端推广基础薄弱，特别陈列管理不太重视

e.市场反应慢，决策迟缓

（四）外部环境分析

1.经济

据统计，20xx年，我国的肥胖人数已经达到3.25亿人，中国成人超重率为22.8％，肥胖率为7.1％，估计现有超重和肥胖人数分别为2亿和6000多万。大城市成人超重率与肥胖率分别高达30.0％和12.3％，儿童肥胖率达8.1％。数据与1992年全国营养调查资料相比，成人超重率上升39％，肥胖率上升97％。而且还有增加的空间，其中女性肥胖者占五分之二。与这种现象形成对比的是，市面上为肥胖人士提供适用产品的专门店却并不多见。

2.成本

近期受金融危机和人民币汇率影响，面料价格上升，导致采购成本和生 产成本的上升，在服饰的零售价格构成中，生产成本占主要地位，其次，销售成本在日益激烈的市场竞争中，正逐年递增的趋势，尤其，针对新生品牌而言，广告宣传费用的比已有品牌的投入多45%左右，占总成本的10%。

3.竞争

面对市场上日益增多的胖人服饰品牌，如胖人坊、丹丹、天威等，而且品牌较硬，服装样式新颖，有较多的老顾客，所以，胖太太面对的竞争形势还是比较严峻的。

4.社会环境

爱美之心人皆有之，体形偏胖的人在选购衣服的时候，伤透了脑筋；可选择的衣服面料和款式少之又少；而那些能够体现其气质、自信心的服饰更是凤毛麟角。尽管体形偏胖的消费者遇到了种种消费尴尬，但这也明胖人服饰市场有其发展的空间和潜在的市场。

对于胖体女性来说，能够弥补或者说遮掩胖体的服装是会受到额外青睐的，因此设计合理，使顾客穿上以后别具风韵，不会体现出体形的不足，当然会赢得更多的回头客。

（五）内部环境分析

1）优势

胖太太人明白，在激烈的市场竞争中，有好的产品就有发言权的基本道理。为此，在创业之初就明确了以“靠实干兴企 ，精心制作每一款产品，打造自己

的品牌，努力为广大胖体女性提供满意的、价位适中的产品”为奋斗目标。公司首先确定了产品开发的龙头地位，高薪聘请专业的高水平的设计师，通过经常深入市场，调查研究，更多地了解了胖体女性购买服饰的困难与尴尬，加深了对她们消费欲望和特点的理解，增强了设计师的责任感和创造性，他们更加积极、主动地开拓设计思路。在实践中不断改进和完善设计，努力跟上流行趋势和时代的发展。通过几年的实践与创造，胖太太公司造就了一支高水平的设计队伍，创造出了丰硕的设计成果。公司的制版师根据自己丰富的实践经验和不同胖体女性的体型特点，结合电脑辅助设计手段，经过不懈的努力，摸索出一套既能遮蔽缺陷，又穿着舒适、大方，并能充分展现女性的魅力的具有自己独特风格的制版方法，为把设计方案变成产品打下了坚实基础。为了保证每个产品的成功，公司建立了产品设计审核制度，严格按程序对设计方案反复推敲，优中选优。为了保证实际穿着效果，每款产品都要经过样衣小试，大生产线试制的验证过程，经过反复实验论证，才能确定批量生产投放市场。公司依靠扎实的工作，严格、有效、一丝不苟地抓好从设计到生产的每个环节的控制，从基础做起，一步一个台阶地发展壮大，在胖体女装市场上占据了重要的位置，为成千上万胖体女性奉献了典雅、靓丽、完美的应时服饰，“胖太太”的品牌知名度也随之迅速提升，受到了广大消费者的青睐和业内人士的广泛的赞誉和关注。

劣势）

1、 加盟商少，宣传力度不够

2、 服装样式少，适用年龄段人群少

3、 忽略儿童青年肥胖者的服装需求

（六）消费者分析

对于这个胖人群体，我深有体会，每次出去买衣服总是败兴而归，可选择的衣服面料和款式少之又少；而那些能够体现其气质、自信心的服饰更是凤毛麟角。尽管体形偏胖的消费者遇到了种种消费尴尬，但这也说明胖人服饰市场有其发展的空间和潜在的市场。20xx年，我国的肥胖人数已经达到3.25亿人，中国成人超重率为22.8％，肥胖率为7.1％，估计现有超重和肥胖人数分别为2亿和6000多万。大城市成人超重率与肥胖率分别高达30.0％和12.3％，儿童肥胖率达8.1％。数据与1992年全国营养调查资料相比，成人超重率上升39％，肥胖率上升97％。而

且还有增加的空间，其中女性肥胖者占五分之二。因此，胖人服装市场的可发展空间是很大的。胖女人总要找到能够体现自己美，让自己有自信的衣服，爱美之心人皆有之，胖人并不例外，尤其是胖人女性。

（一）营销目标/预期收益

沿用低价策略，配合系列促销策略和手段，“胖太太”今年销售规模争取突破50 万

类别目标利润率8%

城郊销售网点上架率 60%

品牌市场占有率 9.8%

促销场次 20

（二）swot分析和stp战略分析

一、ｓｗｏｔ分析

1、s—优势

1、深入市场，调查研究，更多地了解了胖体女性购买服饰的困难与尴尬，加深了对她们消费欲望和特点的理解。

2、增强了设计师的责任感和创造性，他们更加积极、主动地开拓设计思路。在实践中不断改进和完善设计，努力跟上流行趋势和时代的发展。

4、拥有充足、廉价的劳动力资源，服装生产量大。

5、虚拟经营已在部分服装企业盛行。采取“虚拟经营模式,走品牌连锁经营的发展道路”。虚拟经营是企业把一条价值链上的各个环节进行分割，企业集中资源于其中的高附加值环节，将其余的环节外包，企业突破有形的界限，通过各种方式将设计、生产、营销、财务等环节在企业内外进行整合弥补，从而构成一个完整的企业运作体系。

w—劣势

（1）产品档次不高，对外依赖性强。

（2）缺少自主品牌、缺乏专业设计人才、设计能力弱。

**20\_年市场营销求职简历模板通用四**

1、透过在市场营销相关职务的实习能够理论联系实际，检验自己所学的营销管理知识，并在实践中更好的运用这些知识。

2、在实习中掌握企业营销活动管理的基本思路和具体实施方法，即管理层的大方向的战略方针和具体业务层的战术执行。

3、在具体工作中留心观察各个与营销活动有关的环节，如生产、研发、技术等，策划如何让各个部门相互协同起来共同以营销为核心。

4、在实习中不断的总结经验，培养自己的主动性，提高自己独立的分析解决问题和动手的潜力。

我从20xx年xx月xx日进入x科技发展有限公司，位于x技术产业开发区，是一家以工程陶瓷阀门生产为主的高新技术企业，产品涉及电力、化工、煤炭、冶金、石油等行业。我进入公司主要担任我公司销售二部内勤职务，负责配合销售二部所有业务经理完成年销售任务，做好内部客户资料的记录和保管工作及日常电话接听等内部管理工作。我们对我们新员工安排了二个月的职前培训。

1月xx日——1月xx日一个月的陶瓷阀门专业知识和技术培训工作及生产、装配、加工车间的实习，每一天上午公司安排我公司的高级工程师对我们销售二部进行专门的培训，下午为车间实习时间，由厂长安排各个车间主任为我们现场对照实物讲解阀门的结构和类型及常见故障。

2月xx日——2月xx日公司办公室主任为我们讲述公司的规章制度、发展历程、企业理念，其中重点为我们讲述了销售部的销售报销及提成制度。

2月xx日——2月xx日公司的研发部门为我们讲述我公司工程陶瓷烧制的过程以及我们公司陶瓷在工程应用中的耐磨性、耐腐蚀性、耐高温性、非水润湿性和化学稳定性好等工程陶瓷的特性及具体的原理。

2月xx日——2月xx日我们销售部经理组织我们到x矿现场观摩。到了后我们到了重介车间观看了我们公司陶瓷阀门在工况上具体的安装位置及阀门的公称压力、工作介质、工作温度、驱动装置、连接标准等一些技术性的要求，还向车间工作人员询问了一些工况知识，在观摩过程中我们还拍了许多实物照片。

两个月的实习到此已经结束了，接下来就要进入主角了，也就是我们部门的业务经理要去自己所在的区域联系业务，而我就要做好服从销售经理安排，做好内部配合工作。

3月xx日——3月xx日由我制作一些部门内部的新客户登记表、业务员出差申请表、业务员出差汇报表、绩效考核表、客户档案、竞争者调研表、客户满意度调查表。我透过自己在学校所学习的理论知识以及搜集查找相关资料，绘制了部门要求的一系列便于内部管理的表格，然后上交销售经理斧正，表格大部分都贴合要求，得到了经理的好评。3月8——3月15日由于我们的产品属于工业品类应对客户比较集中大多都是石油、煤炭、热电、氧化铝行业的各个大中型国有企业及各省所属的设计院，所以我要做一个信息的汇总工作，就是把所有客户都按行业归类，然后再按按规模大小分类。客户档案分类整理，分abc三类客户。

3月xx——3月xx日和部门人员一齐到x设计院，让相关设计人员为有意愿合作新建项目设计阀门的安装位置。

3月xx——3月xx日我公司参加一个阀门展销会，由我安排行程时间和预定酒店等工作，我充分的搜集了相关信息，透过网上预定订展销会附近的酒店，又整理了一些和展销会有关的信息，我对自己需要做的准备工作基本上都思考下到了。

1、透过实习使自己在学习所学的理论知识和实践充分的结合，检验了自己的不足，但是透过做一些具体的工作，提高了自己在实际工作中解决问题的潜力，培养了自己的动手潜力和适应社会的潜力。在学校学习的是一套比较系统的市场营销知识，工作后发此刻学校学习的知识都工作受益匪浅，在经过自己的总结理解，所学的理论知识能够直接应用到企业的营销活动的管理上。

2、工作中要始终以一种谦虚、真诚的心态向同事和领导学习，不怕吃苦，不斤斤计较，要和同事和睦相处，以阔达的心胸应对你身边的每一个人。

3、领导安排的工作必须要按时高质量的完成，要有一种高度的职责感，今日事今日毕，培养一种好的工作习惯，将会终身受益。

4、工作中要充分利用身边的资源提高效率。

5、工作一段时间后要学会总结，总结前一段工作中的不足和收获，以便以后改正不足和持续好的习惯。争取每一天都有进步！

6、要从身边的领导和同事身上学习他们工作和为人处世的优点，不懂的问题必须找机会请教别人。

7、透过实习发现无论是做哪个行业的营销首先要把营销的对象即产品的特性和应用环境的知识学扎实，这是做任何工作最基本的一项。

学校老师能配合学生更好的完成实习，让学生有机会更把在实习中遇到的问题和指导老师一齐探讨一下，更好的解决我们在实习中的一些困难，以便于我们更好的成长和进步！也期望老师能安排让同学们有共同交流的机会，让大家各抒己见，把自己的好的工作方法和好的经验一齐与大家交流分享！

市场营销实习报告10

我是一名学习市场营销专业的20xx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xx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20xx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——xx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。

**20\_年市场营销求职简历模板通用五**

1、通过在市场营销相关职务的实习可以理论联系实际，检验自己所学的营销管理知识，并在实践中更好的运用这些知识。

2、在实习中掌握企业营销活动管理的基本思路和具体实施方法，即管理层的大方向的战略方针和具体业务层的战术执行。

3、在具体工作中留心观察各个与营销活动有关的环节，如生产、研发、技术等，策划如何让各个部门相互协同起来共同以营销为核心。

4、在实习中不断的总结经验，培养自己的主动性，提高自己独立的分析解决问题和动手的能力。提升自己的综合素质。

我从20xx年1月2日进入河南省天纵科技发展有限公司，位于郑州高新技术产业开发区，是一家以工程陶瓷阀门生产为主的高新技术企业，产品涉及电力、化工、煤炭、冶金、石油等行业。我进入公司主要担任我公司销售二部内勤职务，负责配合销售二部所有业务经理完成年销售任务，做好内部客户资料的记录和保管工作及日常电话接听等内部管理工作。我们对我们新员工安排了二个月的职前培训。

1月2日----1月31日一个月的陶瓷阀门专业知识和技术培训工作及生产、装配、加工车间的实习，每天上午公司安排我公司的高级工程师对我们销售二部进行专门的培训，下午为车间实习时间，由厂长安排各个车间主任为我们现场对照实物讲解阀门的结构和类型及常见故障。

2月1日----2月7日公司办公室主任为我们讲述公司的规章制度、发展历程、企业理念，其中重点为我们讲述了销售部的销售报销及提成制度。

2月9日---2月15日公司的研发部门为我们讲述我公司工程陶瓷烧制的过程以及我们公司陶瓷在工程应用中的耐磨性、耐腐蚀性、耐高温性、非水润湿性和化学稳定性好等工程陶瓷的特性及具体的原理。

2月16日---2月28日我们销售部经理组织我们到平顶山八矿现场观摩。到平顶山八矿后我们到了重介车间观看了我们公司陶瓷阀门在工况上具体的安装位置及阀门的公称压力、工作介质、工作温度、驱动装置、连接标准等一些技术性的要求，还向车间工作人员询问了一些工况知识，在观摩过程中我们还拍了许多实物照片。

两个月的实习到此已经结束了，接下来就要进入角色了，也就是我们部门的业务经理要去自己所在的区域联系业务，而我就要做好服从销售经理安排，做好内部配合工作。

3月1日----3月7日由我制作一些部门内部的新客户登记表、业务员出差申请表、业务员出差汇报表、绩效考核表、客户档案、竞争者调研表、客户满意度调查表。我通过自己在学校所学习的理论知识以及搜集查找相关资料，绘制了部门要求的一系列便于内部管理的表格，然后上交销售经理斧正，表格大部分都符合要求，得到了经理的好评。

3月8---3月15日由于我们的产品属于工业品类面对客户比较集中大多都是石油、煤炭、热电、氧化铝行业的各个大中型国有企业及各省所属的设计院，所以我要做一个信息的汇总工作，就是把所有客户都按行业归类，然后再按按规模大小分类。客户档案分类整理，分abc三类客户。

3月16—3月18日和部门人员一起到济南煤炭设计院，让相关设计人员为有意愿合作新建项目设计阀门的安装位置。

3月19—3月20日我公司由于在26号要到广州市参加一个阀门展销会，由我安排行程时间和预定酒店等工作，我充分的搜集了相关信息，通过网上预定订展销会附近的酒店，又整理了一些和展销会有关的信息，我对自己需要做的准备工作基本上都考虑下到了。

1、通过实习使自己在学习所学的理论知识和实践充分的结合，检验了自己的不足，但是通过做一些具体的工作，提高了自己在实际工作中解决问题的能力，培养了自己的动手能力和适应社会的能力。在学校学习的是一套比较系统的市场营销知识，工作后发现在学校学习的知识都工作受益匪浅，在经过自己的总结理解，所学的理论知识可以直接应用到企业的营销活动的管理上。

2、工作中要始终以一种谦虚、真诚的心态向同事和领导学习，不怕吃苦，不斤斤计较，要和同事和睦相处，以阔达的心胸面对你身边的每一个人。

3、领导安排的工作一定要按时高质量的完成，要有一种高度的责任感，今日事今日毕，培养一种好的工作习惯，将会终身受益。

4、工作中要充分利用身边的资源提高效率。

5、工作一段时间后要学会总结，总结前一段工作中的不足和收获，以便以后改正不足和保持好的习惯。争取每天都有进步!

6、要从身边的领导和同事身上学习他们工作和为人处世的优点，不懂的问题一定找机会请教别人。

7、通过实习发现无论是做哪个行业的营销首先要把营销的对象即产品的特性和应用环境的知识学扎实，这是做任何工作最基本的一项。

希望学校老师能配合学生更好的完成实习，让学生有机会更把在实习中遇到的问题和指导老师一起探讨一下，更好的解决我们在实习中的一些困难，以便于我们更好的成长和进步!也希望老师能安排让同学们有共同交流的机会，让大家各抒己见，把自己的好的工作方法和好的经验一起与大家交流分享，帮助别人也提高自己。

市场营销的实习报告8

市场营销一个有趣的职业，当然那是对于我来说，因为在即将毕业之前，我将去一家公司实习，岗位就是市场营销的一名员工，在任何公司都有自己的市场，而市场营销就是那个市场的关键，想要做的更好脱颖而出，那么你就要努力和认真的做了，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。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。如果针对于公司那麽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。

这次实习。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。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。对于我这个毫无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是很大市场的卫生纸。“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。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。如果针对于公司那麽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。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。

做市场营销一定要吃苦耐劳，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。守时对于营销者至关重要，与客户约好了时间一定要提前一些时间到达，无论是多么的风雨交加、电伞雷鸣都不是你迟到的借口，如果真的遇到不可逾越的困难的时候一定要提前告知客户迟到的原因并致歉。营销者一定要学会微笑，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。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。

**20\_年市场营销求职简历模板通用六**

一、实习目的

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。

二、实习内容

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，并获得把课堂教学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

由于第较正式的步入社会，走进公司上班，加上领导对自己的具体工作能力等方面不是很确定，所以在国旅实习的半个月里，公司并没有分配什么重要的任务给我，仅仅是一些办公室里杂乱的工作，比如：取文件，送文件，打印，接电话，打扫卫生，整理办公室，倒开水等。虽然这些只是杂乱的小事，但我并没有抱着随意的态度，而是对每件事都很认真的去处理，我个人觉得连小事都不能做好的人，

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。

三、市场分析报告

目前省内的旅游市场分析

第一，同行业激烈的竞争。旅行社求新求变跨越发展。省内各大旅行社在当前日趋激烈的市场竞争中，求新求变，内提升外扩张，实现了跨越式发展。一是在市场竞争中实施差异化战略，突出优势。近年来，省内各主要旅行社抓住后金融危机时期的发展契机，实施差异化战略，加快结构调整，突出各自特色和优势，不断开辟新的市场，使旅游市场蛋糕越做越大。如长沙中国国际旅行社秉承经营高端客源的策略，主攻澳大利亚等远程高端旅游市场，收到了良好的效果。二是准确定位，产品推陈出新。省内各主要旅行社根据各自的市场定位和目标市场，精心设计了各具特色的产品，受到了旅游消费者的追捧。如：湖南省中青旅国际旅行社有限公司推出的出境游包机产品颇具市场竞争力;湖南海外旅游有限公司不仅拥有长沙县乡村旅游产品和长沙市开福区一日游产品的专线权，还与湖南卫视“勇往直前”栏目合作，全年推出“我与明星去旅游”旅游产品;湖南新康辉国际旅行社则推出了会奖旅游产品、自由行旅游产品等适应新兴市场的产品。三是创新促销模式，加大促销投入。省内各主要旅行社顺势而为，不断创新促销模式，收到了良好的促销效果。如湖南新康辉国际旅行社除常规的促销方式外，突出网络营销和电信营销，全面改版企业网页，申请电信短码96555，成立短码服务中心，建立网上门店和电信门店等;同时各主要旅行社加大促销的经费和人力的投入，今年宣传促销投入上百万的旅行社有5家。如：湖南省中青旅国际旅行社有限公司投入促销经费128.6万元，同比增长153%;湖南光大国际旅行社投入177万元用于促销，先后派专人赴马来西亚、印度尼西亚、新加坡等其主要客源市场促销和采购5次以上，还派专人常驻新

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住了她。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。

相应的解决方案

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。

四、实习报告总结及体会

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。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找