# 市场心得体会(大全20篇)

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2025-02-01

*学习中的快乐，产生于对学习内容的兴趣和深入。世上所有的人都是喜欢学习的，只是学习的方法和内容不同而已。好的心得体会对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇心得体会下面是小编帮大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的...*

学习中的快乐，产生于对学习内容的兴趣和深入。世上所有的人都是喜欢学习的，只是学习的方法和内容不同而已。好的心得体会对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇心得体会下面是小编帮大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**市场心得体会篇一**

市场竞争激烈，对企业而言，能否在激烈的市场竞争中脱颖而出，成为消费者心中的首选品牌，是每个企业追求的目标。作为一个市场从业者，我深刻地认识到，正确的市场心得对企业的发展具有至关重要的意义。在工作中的不断摸索和经验积累中，我得出了一些关于做市场心得的体会。

首先，了解市场需求是做市场的基础。市场需求是市场活力的源泉，只有了解并满足市场需求，企业才能真正发展壮大。因此，对市场需求的深入分析和调研是至关重要的。通过与消费者的沟通和市场调查，了解他们的喜好、关注点和需求，从而根据市场需求调整产品设计和推广策略，提供出更符合市场需求的产品和服务。

其次，创新和差异化是做市场的关键。市场上有很多同类产品，如果企业没有创新和差异化，只是跟随潮流，很难在激烈的竞争中脱颖而出。因此，企业必须注重产品和服务的创新，开发独特的特色产品，与众不同的品牌形象，以吸引消费者的眼球。只有通过创新和差异化，才能在市场中建立起竞争壁垒，形成自己的核心竞争力。

再者，品牌建设是做市场的关键环节。在市场竞争中，品牌是企业的形象代言人。一家优秀的企业应该有一个强大的品牌，这不仅能提升企业的知名度和美誉度，还会增加消费者的忠诚度和信任度。因此，企业必须注重品牌的建设。通过有效的品牌推广和营销活动，树立企业的品牌形象，增加品牌的价值和影响力。在品牌建设过程中，企业应该根据自身的特点和市场需求，制定适合自己的品牌战略，努力打造出独特而有吸引力的品牌形象。

此外，市场营销活动是做市场的重要手段。市场营销活动是企业与消费者之间的重要沟通桥梁，是推广产品和品牌的重要方式。通过市场营销活动，企业可以向消费者传递产品信息，提高品牌知名度，增加销售量。因此，企业在做市场的过程中应注重市场营销的策划和实施。要根据产品特点和市场需求，选择适当的市场营销手段，如广告宣传、促销活动、赞助活动等，将产品和品牌形象有效地传递给消费者。

最后，市场反馈是做市场的重要依据。市场竞争是一个动态的过程，市场需求和消费者偏好都在不断变化。因此，企业必须密切关注市场的变化和消费者的反馈，及时调整市场策略。通过市场反馈，企业可以了解消费者对产品的评价和反馈，发现不足之处，从而提供更好的产品和服务。只有不断适应和满足市场需求，才能在市场竞争中立于不败之地。

总之，做市场是一项复杂而具有挑战性的工作。市场需求的了解、创新和差异化、品牌建设、市场营销活动以及市场反馈都是做好市场的重要环节。作为一个市场从业者，只有不断加强自身的学习和实践，不断总结提升，才能更好地应对市场挑战，实现企业的发展目标。

**市场心得体会篇二**

市场是一个充满竞争的阵地，它汇聚了各种资源、货物和服务。在市场中，人们可以进行买卖、交流和经验分享。作为一个消费者，我经常光顾市场，买卖所需的商品和服务。通过这些经历，我收获了不少心得体会，总结了一些对我来说有用的经验，希望与大家分享。

第二段：精明选购。

在市场中，产品琳琅满目，而消费者需要根据自己的需求和预算进行选择。我发现，对于我来说，价位、品质和效用是我最主要的考虑因素。首先，我会比较不同商家的价格，找到性价比最高的。其次，我会查看商品的品质，选择质量好的产品。最后，我会考虑商品的实用价值，评估它是否符合我个人的需求。通过这样的方法，我可以在市场中买到最适合我的商品，不仅满足了我的需求，而且节约了开支。

第三段：遇见良好服务。

市场也是一个服务的集散地。在市场中，我遇到了各种各样的商家，有些给我留下了深刻的印象。有一次，我在一家餐馆用餐，服务员态度十分亲切，他们耐心地解答我的疑问，并为我提供了周到的建议。在另一次购物过程中，我在商店里遇到了一个热心的导购人员，她不仅帮我找到了我需要的商品，还为我讲解了商品的特点和使用方法。这些良好的服务经验让我感到愉悦和满意，我深深认识到，一个好的服务态度是商家与顾客之间建立信任和良好关系的基础。

第四段：交流和学习。

市场是信息的传播和交流的场所。我发现，在市场中，人们可以通过交谈和交流获得很多有用的信息。在市场，我经常和商家或其他消费者进行沟通，讨论各种话题，分享使用商品的心得和感想。通过这种交流，我不仅了解了更多关于商品的信息，还学到了不少使用技巧和购物策略。交流和学习使我更加丰富了消费经验，也为我以后的购物带来了更多思考和启示。

第五段：消费者权益保护。

作为一个消费者，我深知自己的权益是需要得到保护的。市场虽然为我们提供了各种商品和服务，但有时也会遇到一些问题，例如产品质量不符合标准、商家欺诈等。在面对这些问题的时候，我们需要学会维护自己的权益。我通过学习相关法律法规，了解消费者权益保护的措施和途径。当我遇到问题时，我会主动与商家沟通，寻求解决方案，并保持良好的理性和沟通能力。通过这样的努力，我成功维护了自己的权益，也得到了应有的赔偿和解决方案。

结尾。

通过在市场中的经历，我明白了消费者在市场中的重要性和力量。精明选购、遇见良好服务、交流和学习以及维护自己的权益，是我在市场中的几个重要体会。希望我的经验和心得能对大家有所启发和帮助。在未来的购物中，我将更加注重选择优质商品和良好服务，同时也会更加主动维护自己的权益，为自己创造更好的消费体验。

**市场心得体会篇三**

作为市场调查课的期末考核——小组完成一份完整的调查报告。其中一项是做市场调查。作为一名学生，这是一次机遇，一次与社会接触的好机会，也是一次不可缺乏的挑战。

我们小组按计划预定星期六去新亚进行调查。目标先定好，我被组长分配先做一份调查问卷出来。我们调查的范围就调查地点定为“服装”范围。自己去制定一份问卷对我难说不是问题，很快就将“成果”发给了陈园，他修改过后的调查问卷明显提升了一个档次。看了题目，自己大概过一遍，熟悉一下。

到了新亚，开始工作，我们的目标是有效问卷6份。以前做过类似的项目，没有什么阻碍，一开始就锁定了2位车场停车的阿姨，向她们解释了用意，她们很欣快的同意并完成了问卷。开头的顺利，也给了自己很大的信心。可是没过多久，新亚的员工出来阻止，我的组员胆怯换了地方，我转了身绕了会，观察那人走了，又回头继续寻找下个目标。先后被来往人群拒绝，心里很不是滋味，不过很快振作自己，开始下一个。很快我的问卷任务完成。其他组员还没有完成，我上前分担一些，先后完成几份问卷。很快，10点左右，我们全搞定了。大家拍手庆祝，很快又调正心情开始剩下的工作。

首先，要严格抓紧自己的工作，把工作做到位。

第二，以科学的态度去进行调查，以热情的服务态度去做调查问卷。

第三，以笑容覆盖一切困难，以真诚打动群从。我自己就把我住自己的心得，不管在什么工作单位，或是什么样的工作类型，先要做好自己所要的工作，严谨的工作态度和积极的心态是必须的!请记住不管什么时候，都不要放弃，面对困难时，更需要自己的心态和态度要积极，虽然挫败的情况会经常走到我们的身边，但我们必须好好总结，把问题的要点找出来。让问题得到一定解决，这时我们个人的主观能动性就要充分地展示出来，发挥自己的能力，把自己需要克服的困难所克服了，这是我们在调查中需要学好的！这次调查令我获益匪浅，我会学到的每一个点，每一个思想，做法等铭记于心，应用到我日后的工作当中。

**市场心得体会篇四**

市场，是一个充满竞争与挑战的地方，对于每个参与其中的人来说，无疑是一场考验。然而，市场也是一个充满机遇与潜力的地方，只要我们善于发现问题、解决问题，就能够获得成功。在我多年的市场经验中，我收获了许多心得体会。在这篇文章中，我将分享我对市场的一些见解和感悟，并希望能够给予读者一些帮助和启示。

首先，我认为市场上最重要的是提供有价值的产品或服务。市场竞争激烈，消费者选择众多，如果我们的产品或服务不能真正满足他们的需求，那么很难在市场中立足。因此，我在做市场调研和产品设计时，都会关注消费者的需求，并且努力提供创新的解决方案。只有不断地改进和创新，才能够赢得消费者的青睐，从而在市场中获得竞争优势。

其次，我发现在市场竞争中，品牌的建立和维护至关重要。一个强大的品牌可以帮助我们在市场中站稳脚跟，吸引更多消费者的关注和认可。因此，我会投入大量的时间和资源来打造品牌形象，包括设计独特的标志和口号，提供优质的产品和服务，以及与消费者建立良好的关系。通过建立一个有影响力和有价值的品牌，我们能够在市场中与竞争对手区分开来，赢得消费者的信任和忠诚。

此外，我认为在市场中取得成功还需要具备良好的营销和销售能力。无论产品或服务有多好，如果我们没有办法有效地传达给消费者，就无法实现销售和盈利。因此，我不仅会细心制定营销计划，选择合适的渠道和推广方式，还会投入时间和精力培养销售团队的能力。只有通过有效的市场推广和销售策略，我们才能够抢占市场份额，提高销售额，并最终取得商业成功。

此外，市场还教会了我如何处理风险和不确定性。市场环境变化迅速，竞争对手层出不穷，我们面临着许多风险和挑战。然而，我学会了如何冷静地面对这些困难，寻找解决问题的方法。我也学会了如何制定灵活的战略，适时调整和优化商业模式。在市场中，成功者并不是没有失败过，而是能够从失败中汲取教训，不断调整和进步。因此，我相信面对市场的风险和挑战，关键是要保持冷静和乐观的心态，并不断学习和成长。

最后，市场也教会了我如何与他人合作和竞争。在市场中，我们不只是单打独斗，而是需要与供应商、合作伙伴、竞争对手等进行合作和竞争。我发现，与他人合作可以提供更多资源和机会，而竞争则可以激发我们的潜力和创造力。因此，我会积极寻找合作伙伴，通过互相支持和合作，实现共赢。同时，我也会保持对竞争对手的关注和分析，借鉴他们的优点，并寻找自己的竞争优势。在市场中，合作与竞争同样重要，只有善于把握二者之间的平衡，才能够在竞争中保持优势，实现长期的发展。

总之，在市场中，我不仅获得了丰富的经验，还学会了如何处理问题，如何创新和改进，以及如何与他人合作和竞争。这些经验和体会，无论对于刚刚进入市场的新手还是有一定经验的老手，都具有重要的意义。希望通过分享我的心得体会，能够给读者带来一些启示和帮助，让我们一起在市场中取得成功。

**市场心得体会篇五**

为期一个月的练习结束了，要说的话很多，在这里最终要感谢廷亚公司给了我一个可贵的练习机遇，感谢凌总及其扫数员工对我的关心救助包涵和明白。

此次练习成果很多，除了对专业知识以及冷却塔行业更加明白外，也认识进修到了一些职业者必备的本质，比如务实，立异等等。从练习的第一天起，精确的说历来到公司的第一次，就对公司留下了深入的记忆，和谐的氛围，人道化的办理，以及务实的工作风格深深地传染了我。在马一樱，廖泽海，汪磊几位师傅的带领下，我学到了很多东西。从扫描样本，汇集样本，剪报到做标书，搜罗信息料理信息，每一件工作看似大略，本来都是必要拿出务实的立场，当真任的心思才华把它做好。

在扫描样本的进程中，也呈现了一些题目。最大的题目出在心态上，最初的时候心态不是很好，在这里要感谢肖经理对我的指导和救助。在剪报和汇集信息的进程中，感谢汪磊给我做了榜样。

作为一名市场部的练习生，汇集信息，市场推行是一项大略而紧张的工作。在汇集样本及信息的进程中，我明白到了很多业内的公司及其品牌。明白了从信息汇集，德律风跟踪，建立关联，到建造标书，投标中标的全部进程。每个进程都是大略而不容忽略的，乃至是有点死板的。可是不管多么死板，作为一个工作者都要用毅力和恒心来把它做到更好。这是对一个职业人的考验，也是对职业本身的一种挑衅。只有把大略的做好了，才大略把其他付赞的事变做好，也才大略做强做大。

在练习的进程中，也有一些定见和发起：1.对付样本汇集，应当更加周全，目标明了。不是萝卜白菜一箩筐扫数要。不是每一家公司都要。应当有分类，有的样本本身并异国多大代价。公司的实体气力不一样，成长模式不一样，产品不一样这就导致了对敌手明白的潜伏上的盲区。要富裕地明白敌手，就对他们进行有效的分类和挑选。2.对付市场推行，我个人的感悟是用灵活的目光，得当的伎俩，使信息最大化，公告供给信息，开掘潜伏信息，培养代价客户。不但要在博客，贴吧上做，应当有本身的一套推行模式。比如论坛，势力巨子期刊。在到处撒网的同时珍视本色内容的提拔重点目标的冲破：不时候刻保存信息的最新性，而不是一些内容已经陈腐，链接已经过期的东西。3.对付剪报。都说要有本身的设法，就应当让它成为一个交换平台，鼓励公司每个人都去看，留下本身的感触感悟。作为我本身，经过议定剪报获得的信息是蛮多的。我觉得应当再订阅一些有代表性，行业性更强的报纸。如今的环境是本日这各种报纸，明天将来诰日还是这类报纸，并且就那么几张中另有很多告白性的报纸。以致于一个月下来真正有效的信息其实不多。

此次练习是高兴的，不管在与公司员工还是与练习生相处进程中，都特别的高兴。大家的敬业精神，互助精神，有效地雷同，深深地传染了我。在彼此比拟中，也意想到了本身的不敷，还必要连续地进修和熬炼。此次练习也是意义庞大的，它是我走向社会的第一扇窗户，让我明白到了更加广阔的全国。实际全国的残酷竞争，就业压力，以及个人代价的兑现等等都在驱策着我做一个强者。不抛弃不抛却坚定到底!

练习结束了，人固然离开了公司，可是我的身上已经留下了“廷亚”深深的烙印。不管今后走到那边，廷亚的搏斗精神特别是凌总的创业经历将会永久鼓动着我前行。最终再次感谢廷亚凌总及其扫数员工，祝贺廷亚扬帆远航早日成为全国一流品牌。

**市场心得体会篇六**

市场调研课程马上就要结束了，它是我整个学期收获最多的一门课程，在这门课程中我体验到很多的酸甜苦辣，明白了很多道理，也使我完成了成长过程中一个必不可少的蜕变过程。虽然整个蜕变过程是残酷的、辛酸的、苦涩的，但是我仍然要感谢老师这样的教育方式，因为我在这个过程中认识到了自己的不足之处，懂得了如何改正自我缺点？如何带领好团队？如何和兄弟姐妹一起奋斗？如何处理大家之间的矛盾？现在就让我叙述一下我和团体的不足之处以及自己真正学到了那些东西。

a、领导能力欠缺。我这人从小到大散漫惯了，喜欢独立去做一些事情，不喜欢做事情时迁就别人，虽然在我的成长过程中也担任过一些班干部的职位，但是我的领导能力实在有所欠缺，不懂得规划，不懂得合理使用奖惩制度，不懂得如何利用人才最大化，从而给我带来了很多的麻烦。

b、脾气暴躁，遇事不冷静。在调研过程中遇到了很多的事情，也遇到了很多的挫折，遇到挫折时，我不是一味的自责就是很凶的抱怨身边的队友，不仅解决不了眼前的问题，而且还影响了我们之间的感情。这个问题直接导致了有一位队员在调研过程中信心不足，不敢发表自己的意见，不敢向前冲，这是我这个当队长最大的失败。

c、公私不分。在整个调研过程中，我们大家闹过分歧、吵过架，再加上女生和男生做事的区别，我总是把私人的感情带到工作中来，比如说：出去跑业务时，我身边的搭档不是陈佩就是方娟，很少带其他人，从而造成很多人觉得我是嫌他们不会说话才不带他们出去的，其实我没那个意思。

d、不懂得如何维系客户之间的关系。在调研过程中，我们谈成了俩家，我们在跟其中一家做调研时，因为时间比较紧迫，事情又比较多，我们忽视了另外的一家，给客户造成了我们不把他当回事的错觉，其实并不然，只是我们不懂得该如何跟他沟通，跟他维系（因为当时许诺只为他们一家做调研，怕他们知道我们在为另一家做，所以很多话都不敢说，怕说漏嘴）。

e、任务分配不均匀。因为每个人的优势不一样，有的喜欢出去跑业务，有的喜欢呆在家里面做资料，再加上大家一起出去跑业务，有很多的限制因素，所以我们分了业务组和资料组，当时刚分的时候大家还挺高兴的，到最后大家都挺抱怨的，总觉得自己做的多，材料组的认为我们出去跑不用做这么繁杂的作业，很轻松；而业务组的觉得在外面累死累活，遭受别人的白眼也就算了，回来还得看队友的脸色，委屈的不行。最后我明白是任务分配不清晰、不均匀才会造成这样的结果，及时的进行了调整，现在大家觉得还ok，这也是我领导力造成的后果。

a、学会聆听。在调研过程中，我们团队走的路非常曲折，不过问题都及时解决了，在解决过程中，我发现越是解释，人家越以为你是在逃避责任，就越是生气，而你如果等她说完以后，主动承认一下错误，等到合适的时间再跟他说明事情的缘由时，他就能听到心里去，就会起到很好的效果。所以，学会聆听是我这段时间最大成就。

b、学会忍耐。我的脾气有点暴躁，有时会任性、会与人争执、还爱较真，所以吃了很多的亏，虽然“忍”字头上一把刀，但是我还是学会了忍，性情也较平稳了许多，也得到了有些人的肯定，也是这也是最大的收获吧！

结束语：调研课程结束了，我们终于可以松一口气了，虽然中间很曲折，很麻烦，但是我们还是觉得挺好、挺有成就感的，这种成就感不是说我们做的有多好，而是我们最起码努力了，“不求与人攀比，只求超越自我”这就是我们做事情的原则。最后给欧阳老师一个建议，就是希望下届的学弟学妹不要这学期开设调研这门课了，事情好多，我们忙不过来就会偷工减料，所以要想学到很多的东西，我建议还是大二第一个学期做调研比较好。

**市场心得体会篇七**

1.勤奋不等于成功一直认为自己是一个能吃苦的人，我基本走遍龙岗大部分工业区，我能很清楚地告诉每个同事去哪见客户应该坐什么车最方便，走哪条线路最佳，有过晚上见客户11点回来的时候，有过扛着电脑和资料倒三次车，坐三个小时车见客户的时候，从未晚上12点以前睡过觉，但是似乎勤奋不等于成功，不是付出你就一定有所收获，至少在我这样过了大半年一直没有成绩，也不知道问题出在哪里?2.用心才是成功的关键松讯达是我进公司的第一个客户，海外只做了阿里，效果不是很明显，对我们的参展与买家采购会比较感兴趣，在阿里10月份到期的时候，我就喊albert陪我去杀单。结果是，albert说这个客户不用再跟进了，如果我是他，目前手机的推广我也不会去做的。回来的路上albert跟我说你要用心去做。

怎么才是用心去做?回来我一直在思考，总结发现我之前跑的那么多客户，我从来都没有去做过客户总结，都没有深入的去了解过每个客户的情况，每次见客户都是一成不变的说辞，除了介绍服务还是服务，每天只是努力地按公司交代的去完成任务，而不是当成自己的事情来做。知道自己的这些问题，慢慢地我开始改变，对每见一个客户我都会去做些总结和分析，同时也发现工作不再是那么痛苦的事情了，与客户斗智慧，其乐无穷。

因为去年八月，松讯达有跟我们说会投资两个亿做笔记本，三月我去看了他们的网站，发现他们的笔记本居然上市了，于是我觉得这个时候，松讯达揭总肯定会在海外有些动作，于是我再次找到揭总了解情况，得知确实目前新产品准备上市，正好当时公司有这方面的采购需求，揭总也一直想体验体验，于是顺利邀请到他来参加了3月13的采购会，效果其实并不是很好，但是揭总这时候已经肯定我的服务了，并也有问其海外的一些规划，并跟我说六月会有这方面的计划。

3.有需求，用心的服务会使事半功倍。

当我把握到这个时机——六月有海外推广的计划时，我开始着手了解上网本目前的市场状况，并让朋友去打听目前同行做这块的一些信息，虽然客户说六月有这方面的需求，但是我觉得我不能等到六月才找他，所以当我准备好一切资料就速约揭总再次见面，由于同行的刺激，前期的对客户用心的服务的铺垫以及客户目前的市场需求，签单成了必然。

4.坚持是成功的催化剂。

就像albert说的，我只是一个朴实无华的农民，并没有高超的谈判技巧，可能我比大家更多的就是那么一点坚持，然而也正是因为如此，我才能够签下这张单。成功往往给那些在准备放弃的时候多坚持一会的人。当我认定松讯达是一个很优质的客户时，即便是albert让我放弃时，我也未有减少过对他的关注，只是一直在观望着，在保持一些基本的联系，等待一个新的时机再次切入。

环球市场的兄弟姐妹们，相信自己，发挥自己的优势，努力找到适合自己的销售风格，再难缠的客户都不在话下，成功就在脚下!

**市场心得体会篇八**

通过两天的民用产业市场营销的课程学习，使我对市场营销的理论有更深一步的了解。接触到了全新的市场营销理念、营销战略、营销策略，对市场营销学的理论体系、基本框架有了更清晰的认识，在这之前，我从来没有想过一个简简单单的营销过程会有如此多的环节，学习市场营销这门课程着实让我受益良多。

对于市场营销这个词汇的第一次接触是在学校填报专业的时候，那个时候不知道什么是市场营销，知道的仅仅它是个专业，而且猛地听起来像是从商销售物品之类的行业吧。

我也是后面通过几次学习才慢慢明白营销的目的在于深刻地认识和了解顾客，从而使产品或服务完全地适合它的需要而形成产品自我销售，理想的营销会产生一个己经准备来购买的顾客，剩下的事就是如何便于顾客得到产品或服务……如果营销者把认识消费者的各种需求，开发适合的产品，以及订价，分销和促销等工作做得很好，这些产品就会很容易地销售出去。

一、营销人员要有较强的公关能力。

市场营销人员应具备的公关能力主要包括：推销能力、观察能力、记忆能力、思维能力、交往能力、劝说能力、演示能力、应变能力、反馈能力。

其中自我推销能力最为重要，推销能力应从以下几个方面培养：

1、自信，对自己所说的话，必须有绝对的信心，才有可能取信月朋友和客户。

2、助人，所谓助人就是愿意不计一切地帮助他人，建立长久、真诚的朋友关系。

3、热诚，表现出来的兴奋与自信，引起朋友和客户的共鸣，而对你的话深信不疑。四是友善，保证你广得人缘，必获回报。

二、营销人员必须要有良好的气质。

如果一个人在工作中表现得紧张而有序，生活中严于律己，宽以待人，严守纪律，遵守公共秩序，这有利于提高气质的质量。做到“胆大而不急躁，爱动而不粗浮、服从领导而不阿谀奉承，胜而不骄，喜功而不自炫，自重而不自傲，豪爽而不欺人，刚强而不执拗，谦虚而不狂妄自大”在应该成为营销人员共同的条件和努力的方向。

通过学习，另一方面的认识是营销工作要在产品制成之前就开始。单位市场部门首先要确定那里有市场，市场规模如何，有哪些细分市场，消费者的偏好和购买习惯如何：营销部门必须把市场需求情况反馈给研究开发部门，让研究开发部门设计出适应该目标市场的的可能产品。市场部门还必须为产品走向市场而设计定价，分销和促销计划，让消费者了解企业的产品，方便地头到产品。在产品售出后，还要考虑提供必要的服务，让消费者满意。

所以说，营销不是企业经营活动的某一方面，它始于产品生产之前，并一直延续到产品售出以后，贯穿于企业经营活动的全过程。

市场营销观念是企业经营思想上的一次根本性变革，它改变了以往从企业本身或企业现有产品出发的观点，着眼于市场的需要、社会的需求、企业的长期利润，以“消费者为中心”，运用整体营销组合策略，追求企业经济效益和社会长远效益的统一。

实习过后的几天有一丝丝的不习惯，停不下来的脚步暂时有了休息的时间，身上繁重的压力蓦然褪去，从刚开始的轻松现在却有一点点无所适从，也开始想念实习的时光。学习几乎是每一个小白的必修之路，尤其是还没有什么社会经验的时候，根本不明白自己在工作中的定位，尤其是自己工作的内容到底是什么，和自己的专业到底对不对口，我也是如此。每天都要对不同的产品进行了解和考核，要做出适合的方案将其推广出去也只是看看你对于市场是否了解，以及思维能力如何，每天都是轻松的走上上班的路途，拖着沉重的脚步回到家里，还要进行额外的学习，充实是很充实，但是也很累。

渐渐的我也明白这样做的好处，适应了工作的环境以及这样繁忙到脚不沾地的工作节奏，也无暇思考自己在这里工作的好与坏，因为时间都好像已经被偷走一样逝去不返。当还不容易有一个时间缓冲一下自己的思维时，有不得不抽出时间反思自己在这些天的进步和失误，因为接下来的任务将更加的多并且正式。

就算是一个经验丰富的人也会犯错，就更不用说现在的我没有任何工作的经历了，每时每刻都需要人来看着我不要做错事情，但是做错事情的过程也是积累经验的过程，因为犯过一次错，就会得到小小的责骂，也会明白这样做是不对的，从而就不会再次发生同样的过错。

但是工作的时间也同样需要认真地态度，别人讲过的禁忌不要再犯，每一个细节都要处理好，我们才有可能得到一个肯定。这样的实习给我带来沉重压力的同时也给人带来奋进的希望，我们从中学习到更多的经验，不只是上级下达的任务，让我们被动的学习，还有利用其余的时间主动地询问这项工作还有什么可以补充或者说是还有什么改进的地方，只要能抓住机会，无时无刻都是学习的好时机。

实习带给我巨大的蜕变，也让我明白学习的还是主动才能够有更多的收获，我真诚的期待着在这之后的生活。

一、实习目的或研究目的。

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。

二、实习内容。

实习的内容主要是营销化妆品，学习公司的企业文化、营销技巧、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。

三、实习报告总结及体会。

\_\_年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，也初步熟悉了营销员的实际操作步骤。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。

首先简单介绍一下我的实习单位：本公司位于广州市海珠区，是一家以营销化装品为主的私营营销公司。虽然它的规模不大，只有10几个员工，只有两个营业点，但它却是顾客值得信赖的公司，一直以来在社会上都有很好的口碑。本公司本着始终贯彻执行“顾客的满意是我们永恒的追求”为质量方针。

本公司现和多家生产型的厂家直接代理产品，并由专人对来料产品进行质量检验，如发现有产品不良现象可全数退还给厂家，公司一直坚持“以人为本”的企业经营原则：为科研开发，市场营销，经营管理等领域的高素质人才创造宽松的环境;注重基层员工业务素质的培训，以“加强责任管理，提高品牌意识”为宗旨对员工进行培训。通过对员工的有效激励来充分发挥他们的主动性、积极性和创造性，以最大限度地挖掘员工的潜能，来更好的实现个人目标和企业目标的契合。公司主营产品或服务：保健品;化妆品;护肤品;洗发水;洗面奶;香水;花露水;口红等。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。虽然说这只是个营销化妆品的公司，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。

关于实习的收获主要有以下几个方面。一是通过直接参与企业的运作过程，学到了实践知识，同时进一步加深了对理论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成了本科教学的实践任务。二是提高了实际工作能力，为就业和将来的工作取得了一些宝贵的实践经验。三是我在实习单位受到领导的认可并促成就业。四是为我的毕业论文设计积累了大量的素材和资料。

同时也让我明白了许多的人生道理，看清了许多的社会现实。在当今社会，能力并不是最重要的。首先要在社会立足必须拥有强大的人际交圈，雄厚的资金和一个好的项目，最后才是个人的能力。懂得了失意时不要气馁，得意时不要忘形。在市场营销工作当中，失败者总是找理由借口，成功者找方式方法。做销售的时候，心态远比能力重要，积极乐观的心态，自信的心态，包容的心态和平常的心态可以助你走向成功。

四、实习总结。

实习给了我很深的体会，明白了打好基础非常重要，因为基础知识是工作的前提。实际工作与书本知识是有一定距离的，需要在工作不断地学习。即使毕业后所从事的工作与所学的专业对应，仍会在工作中碰到许多专业知识中没有的新知识，所以要想胜任工作，必须边工作边学习，通过不断的学习获取更多新的知识。要有拼搏的精神，人生的道路有起有伏，犹如运动比赛，有开心，有失意，要经得起考验，需要不断的拼搏。而学校要加大教学改革力度。以社会需求为导向，调整课程设置。实习中了解到，目前社会需要大量的市场营销人才，可是，我们的学生却难以找到合适的岗位。客观表现为企业一般招聘有几年工作经验的人。其实企业的真正需要的是人才，这里折射出来的是：应届毕业生不算是人才。我们不能改变招聘条件，只能使自己成为人才。学生怎样才能成为人才，是我们教育面临的迫切问题。首先，要研究营销人才的，然后以此调整培养目标、课程设置、教学目标、教学计划、学生知识和素质要求等。要加强就业指导工作，重视就业率，就业率是学院生存的重要基础。但就业率不能敷衍了事，随便推荐一个工作，例如进厂做流水线，只是让学校的就业率上去了，但对学生意味着虚度时日。

毕业实习的结束，意味着四年的大学生活也将结束。在此，非常感谢学校和实习单位给予我实习的机会。通过实习，让我看清自己需要什么，同时也让我吸取了许多工作和社会经验，这将对我以后踏足社会，谋生立业有很好的借鉴和帮助作用。今后，我会带着这些宝贵的经验，在人生的旅途中勇往直前，迎接时代的挑战。

一学期就这样结束了，我们也完成了一门学科的学习，记得刚拿起这本书时的我什么也不晓得，不知道什么是营销，对于营销的概念大概只有卖东西就是营销的了吧。没什么难的，也没有任何可学的，但是随着黄老师的教导，发现市场营销学是一门很深奥的学科，学懂并要灵活掌握、会用是很难的一件事，这学期以来和黄老师一起成长、一起进步。从他那里我学会了许多知识还有课本上学不到的经验，她富有激情的演讲、一个个例子都打动着我们的心。从她的那里我知道了以后出社会不是我们想的那么天真、完美。现实是残酷的。所以为了以后在社会上落足并占有一席之地，我们只能把握现在，认真的读书，好好的安心的学习。珍惜眼前。下面就是我的学后感：

在我们日常生活中，我们经常和众多的商品打交道，然而我们在买这些商品的时候是否考虑过这些商品背后的因素，即这些商品从出厂到消费者手中是如何营销的呢?是否考虑过厂方是采取何种模式销售产品的呢?我想大多数人都没有考虑过即使思考过也无法理解其中的奥秘，通过对市场营销课的学习，使我有了大致的了解。

第一步，要对市场进行调研与预测。调研时营销的决策和基础，没有调研就没有发言权，就不能掌握市场的真正动态。在调研的同时一定要具有系统性，客观性，不能带有主观偏见，不能简单的以点带面，以局部概括整体。这样就会影响我们做出科学的结论，进而影响营销决策，对调研的结果一定要重视，如果不重视，那么调研毫无疑义。

第二步，市场定向与成功营销，找准产品的目标市场。即产品所面对的是哪些顾客群，是通用型的还是针对某一特殊阶层，这样有利于对产品广告设计和宣传，进而有利于产品的成功营销。

第三步，产品的策略，生产商要对自己生产出来的产品进行分类。即该产品是本厂的核心产品还是附加产品，以便采用不同的营销方法。还要对产品的性质进行分类，该类产品是耐用品还是非耐用品，是服务方面的还是非服务方面的对不同的产品有不同的营销手段和渠道。例如耐用品它的价格就比较高且要保证质量。服务方面的对人员的素质和客户的体验就比较重要。

第四步，价格策略首先企业自身的目标不同采用的价格策略也不同。为了维持生存，为了控制市场占有率一般采用低价策略而有的为了追求利润最大化，为了迅速收回投资为了弥补成本一般会采用高价策略。其次影响价格策略的因素还包括生产成本，市场需求企业竞争政府的管制与垄断，因此企业定价应根据自身情况再考虑客观因素进行定价。

第五步调价策略在市场竞争中，经销商大致可以分为三类：一是零销售，二是批发商，三是代理商企业应根据自身情况选择适合自己的分销渠道。而影响分销渠道管理的因素包括产品因素，市场需求特性，企业状况，竞争因素。选择好了分销渠道以后企业还要对分销渠道进行设计。第一要决定渠道的长度采用直销还是传销分销，第二决定渠道的宽度对中间商的数目有所选择第三决定双方的权利与义务(交货结算的条件)当渠道设计好并运行侯，企业根据经济利益控制力，渠道适应性强不强进行渠道评估以便企业调价策略的改进。

第六步促销策略促销就是向目标客户传递商品信息的活动。目的在于将更多的信息引入购买过程中促销策略包括拉式策略和推式策略促销手段即是将人员广告搭配使用吸引人的购买兴趣，达到真简奇美的效果进而有利于产品的销售。

第七步人员推销形式上包括有自己的销售团队，和同式的聘请，销售团队和兼职。任务是收集信息，卖产品，搞好售后服务。步骤是寻找客户资格审查，约见顾客，其最终目的是扩大企业产品的销售额，最终实现企业利润的最大化。

第八步公共关系这是市场营销的最后一步。它是为了让公众了解企业而做出的条列活动。其职能是收集信息咨询建议平衡功能。坚持以诚取信的原则，调查，确定目标，评估结果的步骤。其具体方法是：1新闻界，2正面宣传，3联谊活动，4游说政府官员，5编写案例和经验，6员工分享，7广告。

同时我还学到这些知识：

swot是一种分析方法用来确定企业本身的竞争优势(strength)竞争劣势(weakness)机会(opportunity)和威胁(threat)从而将公司的战略与公司内部资源、外部环境有机结合。

3.营销组合的四个因素常称作4p，是：产品(product)价格(price)推广(promotion)通路与配销(place&distribution)。

4.波士顿矩阵，波士顿矩阵(bcgmatri\_)，又称市场增长率-相对市场份额矩阵、波士顿咨询集团法、四象限分析法、产品系列结构管理法等。波士顿矩阵是由美国大型商业咨询公司——波士顿咨询集团(bostonconsultinggroup)首创的一种规划企业产品组合的方法。问题的关键在于要解决如何使企业的产品品种及其结构适合市场需求的变化，只有这样企业的生产才有意义。同时，如何将企业有限的资源有效地分配到合理的产品结构中去，以保证企业收益，是企业在激烈竞争中能否取胜的关键。

市场调研又称营销调研，指企业在市场营销决策过程中，需要系统客观收集和分析有关营销活动的信息所做的研究。

哇~真的学到了很多知识，我想这些知识我会领会终生的~。

\_\_之行的学习，让我挑战了自己的极限，跨越了自我最低的心理防线。通过这次“我是市场营销冠军”深圳之行的培训，使我树立了正确的从业观念，具备了我成为一名过硬的市场营销人员的意志和端正了我的工作态度。

这次“我是市场营销冠军”学习是由深圳\_\_公司举办的一次难得的学习机会，学习由主教练\_\_老师主讲，总教练是\_\_公司老总\_\_先生。

学习第一天晚上就布置作业给我们，要求策划好“野人市场营销”的活动，那天晚上我顶着疲惫和我们二组成员在一起策划这次活动{因为没买到硬座火车票，我和同事是站在火车车厢17小时由安庆到深圳的}，策划、排练到凌晨五点才回房休息，清早七点钟就聚到一起整装，我担任小组的化妆师，把小组八名成员化妆成野人部落的男女，每个人身穿泳装，头上戴上夜晚采来的树叶编制的花环，用橡树叶绑在身上，越凌乱越出彩，脸上画满浓烈的油彩，每个人的样子都很惊人，很炫!五个小组的每个人都这样“盛装待发”了，这样不带分文，只带上爱慕公司的邀请函和文化衫在深圳街头发放和市场营销，凭借自己的能力售出文化衫换得饭吃和水喝，发出的邀请函多、售出的文化衫件数多，小组加分。对于我从没穿过泳装有点内向的人来说，如此这般市场营销真的挑战了极限、跨越了自己的心理底线。

第二天是各小组准备节目演练如何疯狂市场营销床垫，主题是吸引人气，营造氛围，各小组为单元，全员参与表演，我们二组表演的是“美女与野兽”一见钟情后选中爱慕床垫结婚，突出的是夸张、搞笑，带动全场人员上台参与尝试床垫的舒适性和弹力，整个节目贯穿了激情的音乐，这个节目也是在晚间利用休息时间去准备的，尽管只休息了两三小时，但成绩是令人欣慰的，我们二组猎鹰队在这一环节取得294分，满分为三百分，仅氛围分就拿了个满分100、这中间离不开小组团队分工、合作和凝聚力，尽管小组成员相识很短，准备策划活动很辛苦，牺牲了睡眠时间，但都很开心。学习最后一天，我们在庾总的率队下参观了爱慕公司生产床垫的整个流程，在洁净的车间，我们看到了很多细微之处，值得我们学习和借鉴。在最后一天学习的晚间，我们的毕业晚会上，我们看到了很多我们着泳装在深圳街头邀请来的顾客参与我们的毕业典礼，晚会上有授奖、有现场签单、有相互学习、有激情共舞，气氛很高昂。两天三夜的学习很短促，临别时有太多的感动，有太多的收获的喜悦。

通过回顾学习的每个细节镜头，我总结了以下几点心得与同事们共同学习：

1、热爱自己的工作，你就会快乐地更容易做好你的工作，热情、真诚地接待每一个到我们馀庆家家居的每一位顾客。

2、迅速熟悉工作方法，在日益激烈，市场不好的竞争中获胜，我们必须尽快投入工作并胜任工作，做好售前、售中、售后的每一个细节工作，提高工作效率。

3、积极参与各种培训学习，只有进一步加强学习，强化自身素质，才能立足于市场。

4、要有勤奋的精神，只有主动地工作，成功大门才能为你敞开。作为市场营销人员，不要畏惧每一次的调查市场、每一次的小区推广，只有打开市场，我们才能成功市场营销。

5、要有自信心，“相信我能”。自信是最重要的东西，相信自己是最优秀的。

6、责任，责任就是以公司利益为重，对自己的工作岗位负责，就是为顾客负责，给顾客提供优质的产品与服务。就是“敬无处不在”。即使没有人监督我们，我们也会认真地做好工作----这就是责任的表现。

7、团队。这次学习分了五个组，小组在学习中有竞争，但体现更多的是团队精神，哪怕是任何一小组出现任何状况，大家都将心拧在一起共同完成培训。馀庆家公司也会需要具有优秀团队意识的员工共创辉煌。

最后一次的任务是综合性的，就是我们学校周边的某一行业的营销设计方案。我们首先就是对其行业的了解、分析、最后得出相应的营销设计方案。这次的营销设计方案，要求的是新颖、并且具有特色。我记得在其我们上台展示前我们前一天的晚上凌晨的12点还在想我们该其行业在元旦期间做什么营销设计方案。这一次的努力让我明白知识产权的问题。要设计出一份具有意义又具有新颖和企业接受的设计方案是需要多么大的努力和时间。同时设计也是需要灵感的，要具有新颖与创新就必须突破传统。不能按部就班。要有自己的特色。

在最后，我们结合了所有学营销的班级体，在实验楼挑选了部分优秀作品做了相应的展示，在他们的展示的同时也让我看到了他们的优点，是值得学习的。同时也举行了相应的颁奖仪式。算是为我们这次试训的圆满结束画上完美的句号!

为期三周的实训在我们的努力与成长中结束了，可是在这次的实训的精神却永远的留在了我们的心里。这次实训中让我们把书面上的知识运用到了实际，这样不仅加深我们对营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的营销能力。通过团体合作，我们懂得了合作的重要性以及懂得了怎样去配合一个团体，在这次的实训中我们的团队精神可以说也是发挥的淋漓尽致。这为我们以后面对社会打下了基础。这次的实践经历使我们终身受益，给我们积累了经验，能够让我们更好地面对未来。的确，实训是结束了，可是实训中的种种确实在我们的心中牢牢记住。也让我们在以后的生活中更够更好的发挥。这次实训，让我受益匪浅!

毕业实习是市场营销专业学生在完成课程之后进行的综合实习，是贯彻理论联系实际的教育原则，实现院校培养目标不可缺少的教学模块，其目的是让学生学习了解市场营销的实际操作模式，熟悉一般的业务手段和方法;了解市场现状，应用所学理论知识，提出改进建议;在真实的工作环境下，认识自我，磨砺意志，锻炼心态，考虑就业方向的选择。实习生应端正态度，克服实习过程中出现的困难和挫折，真正做到理论与实际相结合。同时，实习是学生从学校到社会的一个良好的过渡。

二、实习内容。

根据学院教务处的要求，我们市场营销专业采取集中实习和分散实习两种形式。分散实习学生自己联系实习单位，集中实习学生的实习单位由系里联系，集中实习的单位有专业教师指导。我选择的是自主实习也就是自己联系工作单位。从事的是与自己专业相关的工作，销售和市场推广。

刚接触这份工作的时候，是充满信心的，只是后来慢慢地发现一次次被现实打败。顶着市场营销专业大学生的光环，一开始瞧不起身边一些学历低的人。但销售人员是靠业绩吃饭的，当他们的业绩一路飙升而自己仍在原地的时候，才真的是羞愧难当。大学生带来的不是荣誉而是一种耻辱，所以我从此不再说自己是混过大学的人。也知道了外界对大学生的一些看法，每天只是恋爱、游戏、用父母的钱挥霍着自己的青春。所以时下流传一句话：高学历有能力的是打工一簇，低学历的都当老板去了。虽然有点夸张，却有一定的道理。学历高的人由于知识太多思维被禁锢，有时连基本常识都不懂。缺乏冒险精神和创新意识。

销售人员的职责就是把自己的产品卖给别人，把别人的钱财收为己用。每次都要自觉主动的联系客户，拉拢关系，然后推销自己的产品。也就是主动出击，广泛撒网，重点培养。在实习过程中有几件事让我感触极深。

第一件事是有次陪客户去吃饭，虽然说是饭局其实就是酒局。一群人在一起喝酒吹牛然后生意不知不觉就谈成了。那次是有一个所谓的女强人在场，她有自己的公司，而她老公只是一个普通的打工仔。人家常说一个成功的男人背后有一个默默支持的女人，而一个成功的女人背后有一个窝囊的男人和一群追逐的色狼。话说这女人酒量那是海量啊，陪酒技术是一流的，我以为她的业务就是从酒桌来的。结果远没有这么简单，听说她的客户经常会提出一些无理的要求，不答应就不签合同。她为了自己的事业有时候只能献身。这时我才懂得有时候就算是一个有专业知识的大学生远不如一个懂得人情世故的女人。而女人在当今社会仍然是一个弱势群体，要想在社会上建立一番事业必须付出一些特有的东西。抛头露面的女人很多并不喜欢这种生活，甚至厌倦，但因为各方面的压力只能扛下去。

第二件事是我在实习的途中，常与一个高中好友保持联系。此人是属于有理想的人，却总是眼高手低。大专毕业后找了份专业对口的工作因为嫌弃工资低就辞职了，认为作销售赚钱就去找这方面的工作，找了份电话营销的工作，因为一个月都没有业绩，感觉没有想象中那么有钱，承受不住压力就又辞职了。此时听说搞汽车美容赚钱，竟然去做起了学徒，不禁让我感叹他大学白读了。心想这次总该稳定下来了吧，他自己也信誓旦旦要做出一番成绩。结果没几天觉得太累了又不干了。现在好像在深圳工作了，也不知道会坚持多久。这让我思考大学读的到底是什么呢?我们收获了什么?为什么有些用人单位不愿意招大学生?仅仅是因为薪金的原因吗?我认为大学至少要学会一种思维方式，不同于别人的思维方式，因为我们接触的人群都是接受过高等教育的。可有些人养成一种优越感，这不是说其自信，而是他们总觉得自己是千里马却没有伯乐来赏识，于是频繁跳槽，眼高手低最后抱怨这个社会的不公平。

第三件事也是关于同学的。其实还在我实习之前我就知道钱的来之不易，特别是实习后更明白钱是自己辛苦赚的，要花也要花在刀刃上。就在我实习的时候同样有位同学的行为和想法让我思考很多。他就一个月一千多的水平，却想着买手提电脑和考驾驶证。据说买电脑是为了方便以后工作，考驾照也是为了以后的工作。但凭我的了解，他如果买了电脑多半是拿来做游戏机。在外面工作的时候，看到很多人奔波不止，为了家庭和事业。而我们这次实习后就不再是学生了，要相应承担起一些责任和义务，不能再有一人吃饱全家不饿的想法。以前假期勤工俭学挣的钱可以作为自己的零花钱，但实习后挣的钱得为将来做打算了。成家也好，立业也罢，都离不开钱做支撑。在美国过了十八岁就要独立了，父母不再约束。我们不能和西方国家一样，但至少大学毕业了不可能再要父母负担了吧!如果我们的家庭宽裕，我们可以挥霍，但家境一般就没必要了。我们的消费要切合实际，快毕业了要学会生财和理财。

在实习的过程中，其实也是一个学做人的过程。要懂得低调做人，比自己厉害的人大把大把的是，虽然做人非常重要，但专业知识也不可或缺。每天过得一样却又一样，有人在成长有人在死亡。时间长了，如果没有目标，会陷入无聊的漩涡。每次我都如此鼓励着自己：今天是我们这一生里最年轻的一天，我们没有理由不活得精彩，过得充实。

三、实习收获。

论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成了本科教学的实践任务。二是提高了实际工作能力，为就业和将来的工作取得了一些宝贵的实践经验。三是我在实习单位受到领导的认可并促成就业。四是为我的毕业论文设计积累了大量的素材和资料。

同时也让我明白了许多的人生道理，看清了许多的社会现实。在当今社会，能力并不是最重要的。首先要在社会立足必须拥有强大的人际交圈，雄厚的资金和一个好的项目，最后才是个人的能力。懂得了失意时不要气馁，得意时不要忘形。在市场营销工作当中，失败者总是找理由借口，成功者找方式方法。做销售的时候，心态远比能力重要，积极乐观的心态，自信的心态，包容的心态和平常的心态可以助你走向成功。

四、实习总结。

实习给了我很深的体会，明白了打好基础非常重要，因为基础知识是工作的前提。实际工作与书本知识是有一定距离的，需要在工作不断地学习。即使毕业后所从事的工作与所学的专业对应，仍会在工作中碰到许多专业知识中没有的新知识，所以要想胜任工作，必须边工作边学习，通过不断的学习获取更多新的知识。要有拼搏的精神，人生的道路有起有伏，犹如运动比赛，有开心，有失意，要经得起考验，需要不断的拼搏。而学校要加大教学改革力度。以社会需求为导向，调整课程设置。实习中了解到，目前社会需要大量的市场营销人才，可是，我们的学生却难以找到合适的岗位。客观表现为企业一般招聘有几年工作经验的人。其实企业的真正需要的是人才，这里折射出来的是：应届毕业生不算是人才。我们不能改变招聘条件，只能使自己成为人才。学生怎样才能成为人才，是我们教育面临的迫切问题。首先，要研究营销人才的内涵，然后以此调整培养目标、课程设置、教学目标、教学计划、学生知识和素质要求等。要加强就业指导工作，重视就业率，就业率是学院生存的重要基础。但就业率不能敷衍了事，随便推荐一个工作，例如进厂做流水线，只是让学校的就业率上去了，但对学生意味着虚度时日。

毕业实习的结束，意味着四年的大学生活也将结束。在此，非常感谢学校和实习单位给予我实习的机会。通过实习，让我看清自己需要什么，同时也让我吸取了许多工作和社会经验，这将对我以后踏足社会，谋生立业有很好的借鉴和帮助作用。今后，我会带着这些宝贵的经验，在人生的旅途中勇往直前，迎接时代的挑战。

市场营销，是现在社会的必修课，是很多人的生存需要，也是人们需要学习的，现在社会竞争大，挑战大，风险大，这就要求我们要把市场营销学好，最起码要懂一些，是社会需要，我没想过将来要做这一行，但不管怎样也要学习，我希望将来做一个设计师，市场营销是做每一个行业都需要的。

学校里，很多同学都在努力学习，在外做兼职，一边学习，一边实践，生活充实而美好，我也有在外做兼职，说实话，辛苦。我人生第一次做兼职，在金夫人，一天要拉至少15个人才会有工资，上午我空手而归，让我记忆深刻，那时我觉得非常难，很累的一天，没有工资，因为刚开始要被淘汰，我说不要工资，所以留下，跟同学们一块做，最后应该说还算完成任务，当然，我朋友们的帮助必不可少，他们都很棒。后来我接着做了一些兼职，但都没第一次累，比起以前，我现在好很多。不会害怕做不到了，虽然并不代表做的到，至少不会有太多心理压力。甚至我喜欢上了做兼职，觉得又能挣钱又能锻炼自己，而且还觉得挺有意思，在做兼职时，我觉得非常充实，以后工作了，我相信我也能一样过的充实而美好，这一点我始终相信。

第一次接触顺这门课程。老师走进教室，给我讲了为什么要学这门课程，学好这门课程的实用性。

随着社会的发展，科学的进步，人们的生活水平也不断提高，买车的人也日趋增加，所排放的尾气也越来越多，随之而来的是我们的环境也变得越来越暗淡，其中夹杂着越来越多对人体有害的物质，如固体悬浮微粒、一氧化碳、二氧化碳、碳氢化合物、氮氧化合物、铅及硫氧化合物等。一辆轿车一年排出的有害废气比自身重量大3倍。近100年来，气候变暖已成为人类的一大祸患。冰川融化、水位上涨、厄尔尼诺现象、拉尼娜现象等都对人类的生存带来了严峻的挑战。而二氧化碳则是地球变暖的罪魁祸首。所以保护环境是我们当前的首要任务，只有提高人们的环保意识，我们的家园才会得以保存，而我们公司经过研发，生产出一种新型的能进化尾气的环保净化器，把排放出的有害尾气经过净化设备的过滤后将有害气体及汽车排放的固体悬浮颗粒进行分解及吸收，大大降低了汽车尾气对环境的危害。为我们创造一个绿色家园。大家都参与了讨论，然后再做总结，在这次学习中，过程是辛苦的但结果是幸福的。

总之，这次的学习，把书面上的知识运用到了实际，这样不仅加深我们对营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的营销能力。在以后的学习过程中，我会更加注重自己的操作能力和应变能力，多与这个社会进行接触，让自己更早适应这个陌生的环境，相信在不久的.将来，可以打造一片属于自己的天地。

“锲而舍之，朽木不折，锲而不舍，金石可镂。”这句话说明了成功是需要一种精神的。

销售人员就需要这种意志，要有不达目的绝不罢休的信念，才有机会走向成功。销售是条漫长又艰辛的路，不但要保持冲劲十足的业务精神，更需秉持一贯的信念，自我激励，自我启发，才能坚持到底，渡过重重难关，走向最终的胜利上市场营销课很有趣，老师也有趣儿，给我们举了很多实例，了解了许多，我喜欢灵活的课程，大家都喜欢，所以同学们都很积极努力，我也不能落单，为美好的明天努力奋斗，奋斗!

**市场心得体会篇九**

本人是枕水人家的一名销售，现在为提升自己能力，开始学习《市场营销学》，把个人觉得是精髓的部分和个人感悟分享给每一位朋友，因为是为了运用，所以所有名人以及时间部分全部剔除，只留下应用部分。

今天写的是第一章：市场营销与市场营销学 中第一节：市场和市场营销。下面开始就是我的分享了。

在写相关内容前我先写下我对本节的看法，本节只是对市场和市场营销做了概念上的阐述，没什么有实际应用的，主要强调了顾客是市场的主导者，顾客决定了企业的走向，顺则生，逆则亡。要站在顾客的位置上去做规划，去营销，不能一味的说“我们”，“我们的产品”。

市场营销可以理解为与市场有关的人类活动，而哪有有社会分工和商品生产，哪里就有“市场”。从企业的立场看，市场是外在的，无法控制的(尽管可以影响)，它是交换的场所和发展增值关系的场所。都是一些基本定义，自己看看大概了解下就行了。

市场存在的基本条件：

就是销售中man法则，m是钱，a是决策人，n是需求，用以判断是否是目标客户。

2.存在生产者(供给者)一方，他们能提供满足消费者(用户)需求的产品。

3.有促成交换双方达成交易的各种条件，基本上都是法律

行业(卖者总汇)通过促销(沟通)把商品或者服务交换到市场(买者总汇)

市场(买者总汇)因购买商品或者服务，把货币以及调研(信息)交换到行业(卖者总汇)

注：钱物交换为内环，信息交换是外环

市场营销分三类：

将市场营销看做一种为消费者服务的理论，

强调市场营销是对社会现象的一种认识，

3.认为市场营销是通过销售渠道把生产企业同市场联系起来的过程。

**市场心得体会篇十**

市场一直是商业活动的核心和关键驱动力。对市场的心得体会可以说是商人们智慧的结晶，是经验的积累和总结。本文将围绕这一主题，探讨我对市场的心得体会，从市场环境、顾客需求、竞争优势、营销策略和创新思维等五个方面进行阐述。

首先，对市场的成功运作有赖于对市场环境的准确了解。市场环境是指包括政治、经济、社会、技术等各方面因素对市场的影响。只有科学分析市场环境，才能根据环境的变化做出及时调整和决策，从而更好地把握市场机遇。例如，在金融危机爆发时，许多企业因为没有及时调整策略而受到较大损失。因此，对市场环境的了解是成功经营的基础。

其次，顾客需求是市场运作过程中最重要的因素之一。了解顾客需求，并根据顾客需求提供满足他们的产品和服务，是企业赢得市场竞争的关键。这需要通过市场调研和顾客反馈等方式进行。当一个企业能够准确捕捉和满足顾客需求时，就能够建立起良好的顾客关系，并实现持续发展。因此，顾客需求的了解和满足是市场经营的核心。

第三，竞争优势是企业在市场中立于不败之地的重要因素。竞争优势可以通过产品、价格、品牌、服务等方面来体现。企业需要通过不断优化产品质量、提升售后服务、降低成本等方式来提高竞争力。此外，企业还可以通过建立良好的品牌形象和声誉，以及差异化定位等方法来与竞争对手区别开来。竞争优势的确立对于企业在市场中获得成功至关重要，只有与众不同，才能获取更多的市场份额。

第四，营销策略是实现企业市场目标的重要手段。一个好的营销策略可以帮助企业更好地理解市场需求，吸引目标顾客群体，并使产品和品牌得到更好的推广。营销策略的制定需要综合考虑市场环境、顾客需求和竞争优势等因素，同时要灵活应对市场变化。例如，通过市场细分和定位，企业可以更准确地把握目标顾客的需求，并采取相应的推广手段，如广告、促销和线上线下结合等，提高市场占有率。

最后，创新思维是企业在市场中取得长期竞争优势的重要因素。市场是不断变化的，只有具备创新思维的企业才能在市场中生存和发展。创新思维可以产生新的产品、服务和经营模式，以适应市场的变化和顾客的需求。创新的来源可以是内部的研发创新，也可以是与外部合作伙伴合作的联合创新。无论是技术创新还是营销创新，创新思维都能为企业提供持续的发展动力。

综上所述，对市场的心得体会是商人们多年经营和实践的智慧结晶。从市场环境、顾客需求、竞争优势、营销策略和创新思维五个方面来看，对市场有准确的认知、了解顾客需求、建立竞争优势、制定有效的营销策略和不断创新思维，是企业在市场中取得成功的关键要素。只有不断总结和实践，才能逐渐积累对市场的心得体会，并运用到实际经营中，不断提升竞争力和市场地位。

**市场心得体会篇十一**

市场是现代社会经济活动的重要组成部分，它既是商品和服务的交换中心，也是供需关系的调节机制。在市场中，人们可以通过买卖来满足自己的需求和实现利益最大化。然而，市场也存在一些不得体的现象，通过对市场不得体行为的观察和思考，人们可以更好地认识市场，提升自己的市场意识和经济素养。本文将围绕市场不得体现象展开讨论，希望能够引起更多人对市场规则和行为的思考。

第一段：市场失衡。

市场的本质是供需关系的平衡和自由交换。然而，在现实生活中，我们常常会看到市场失去平衡的现象。一些卖方通过垄断或欺诈等手段，操纵市场价格，牟取暴利，从而造成市场供需失衡的情况。例如，某些药品生产商通过虚构疾病、夸大疗效等手段，进行虚假宣传，使得市场上的药价过高，导致许多患者因为经济负担而无法购买到必要的药物。此外，一些服务提供者也会出现供需失衡的情况。比如，一些热门演唱会门票被高价转售，导致一些真正的音乐爱好者无法以合理价格购得票。市场失衡不仅损害了消费者的利益，也破坏了市场的秩序和公平性。

第二段：市场信息不对称。

市场中存在信息不对称的问题，即买卖双方在交易中拥有不同的信息和资源。一些商家通过隐瞒产品的缺陷、夸大产品的优点等手段，使得消费者在购物时无法获取真实的信息，从而做出了错误的决策。这就是我们常说的“市场骗局”。一些商家为了追求短期利益，不择手段地骗取消费者的信任，这不仅损害了消费者的利益，也严重破坏了市场的公信力和稳定性。解决信息不对称的问题需要加强市场监管，加大惩处力度，同时也需要提高消费者的市场意识，增强他们识别和辨别虚假信息的能力。

第三段：市场规范缺失。

市场是一个自发的社会经济组织形式，需要一套行之有效的规则来维护其正常运行。然而，在一些市场中，规范缺失是一个普遍存在的问题。一些商家为了追求利益最大化，不惜违反市场规则，进行恶意竞争、打击竞争对手。这种无序竞争不仅伤害了企业自身的长远发展，也损害了消费者的利益。此外，一些卖家为了获得更多的销售额，对产品进行降低质量的行为，进一步破坏了市场的公平和健康发展。因此，建立完善的市场监管机制，加大对规范缺失的处罚力度，对于维护市场秩序和保护消费者权益至关重要。

第四段：市场对社会责任感的缺失。

市场参与者既是市场的利益追求者，也是社会的一员。然而，在现实生活中，一些市场主体忽视了自己的社会责任，只顾自己的利益，在追求利润的过程中忽视了社会的发展和稳定。例如，一些企业为了追求短期利益，滥用资源，破坏环境，使得社会面临着严重的环境危机。市场主体没有意识到，只有追求可持续发展，才能获得更长远的利益。

第五段：加强市场意识和经济素养的培养。

面对市场不得体现象，我们既需要加强市场监管，推行规范化操作，也需要培养更多的市场意识和经济素养。只有做到“市场不得体行为无处藏身”，才能真正建立一个公平、和谐、可持续发展的市场环境。而培养市场意识和经济素养，不仅需要政府的引导和教育部门的努力，更需要每一个消费者和企业主的共同努力。只有真正的了解市场规则和行为准则，才能在市场中做出明智的选择，维护自己的权益，促进市场的稳定和繁荣。

总结：

市场不得体现象是市场运行中普遍存在的问题，它不仅损害了消费者的权益，也损害了市场的公信力和稳定性。解决这些问题需要全社会的共同努力，政府需要加强市场监管，加大对不得体行为的惩处力度；教育部门需要开展市场意识和经济素养的教育；消费者和企业主需要提高自身的市场意识和经济素养。只有在全社会共同努力下，我们才能建立一个公平、和谐、可持续发展的市场环境。

**市场心得体会篇十二**

市场是商品流通的场所，也是供求关系得以充分表达的一个平台。在市场中，有供应商和消费者之间的交流与互动，有商品的销售和购买，更有着供需的平衡和价格的形成。在这个复杂而又充满竞争的世界中，市场人需要不断提升自我，与时俱进，才能在激烈的竞争环境中立于不败之地。以下是我对市场人的人心得体会，希望能够帮助各位市场人员在成长中取得更大的突破。

首先，市场人应该注重市场调研。市场调研是市场人员在开展市场工作前的必要准备工作。通过对市场的调查和分析，市场人可以了解市场的需求、消费者的喜好和竞争对手的情况。只有具备了全面的信息，市场人才能更好地制定出有效的市场策略，减少工作中的盲目性。因此，我认为市场人需要学会利用各种调研方法和手段，积极主动地了解市场的状况，做到心中有数。

其次，市场人应对自身进行不断提高。市场是一个充满变动的地方，消费者的需求也在不断变化，市场策略也需要根据不同的市场环境做出调整。因此，作为市场人员，我们不能止步于过去的经验和成功，更不能满足于现状。我们需要保持敏感度和学习能力，不断提高自我，紧跟市场的变化。通过不断学习和提高，市场人才能够在激烈的竞争中立于不败之地。

此外，市场人需要具备良好的沟通能力。市场人员作为企业和消费者之间的桥梁，沟通能力是非常重要的。良好的沟通能力可以帮助市场人更好地理解消费者的需求和要求，从而更好地为其提供服务。同时，市场人员还需要与企业内部的其他部门和同事进行良好的沟通合作，以达到共同目标。因此，市场人员需要学会倾听和表达，善于与人交流，不断提升沟通能力，为企业和消费者之间搭建一座桥梁。

此外，市场人员需要保持积极乐观的心态。市场工作的竞争激烈，工作节奏快，可能会面临很大的压力和困难。因此，市场人员需要学会保持积极乐观的心态，勇于面对挑战和困难。只有心态积极乐观，才能更好地适应市场的变化，应对工作中的挫折，保持工作的热情和动力。因此，无论面临怎样的压力和困难，市场人员都应该保持积极乐观的心态，坚持不懈地向前。

最后，市场人员需要善于总结与反思。市场工作不仅需要勤奋努力，更需要不断总结和反思。通过总结与反思，市场人员可以发现自己的不足和问题，然后再加以改进和提高。只有注意总结和反思，市场人员才能够不断成长和进步。因此，我建议市场人员在市场工作中要有意识地总结经验，认真对待问题，及时调整自己的思维和行动。

市场人心得体会方方面面，仅仅通过一篇文章的篇幅难以穷尽。但是，我相信只要市场人员能够始终坚持学习和提高、善于总结和反思，充满激情和乐观，与时俱进，市场人员一定能够在竞争激烈的市场中立于不败之地，并创造出更为辉煌的成绩。

**市场心得体会篇十三**

市场不易进取，但经验丰富的人常言道，一定要心得体会。通过多年的市场经验，我深切地体会到了市场不得不进取的重要性。这篇文章将探讨市场不易进取的原因，并分享我在市场中学到的一些体会和心得。

第一段：市场竞争的激烈程度。

目前市场竞争的激烈程度比以往任何时候都要高。无论是传统行业还是科技创新行业，企业都必须面对竞争激烈的市场环境。但是，市场上的机会与挑战并存，只有不断进取，才能够在激烈的竞争中立于不败之地。

第二段：市场变化的不可预测性。

市场变化是任何企业都无法避免的现象。不论是经济形势波动，政策法规的变化还是消费者需求的变化，都会对市场产生重大影响。对于企业来说，只有不断吸收新的信息，积极应对变化，才能保持市场对自己的认可。

第三段：市场需求的多元化。

随着社会的发展，消费者的需求也在不断变化和完善。市场需求的多元化使得企业必须不断提升自身的竞争力。只有不断进取，不断创新，才能在满足消费者需求的基础上保持竞争优势。

第四段：市场规模的扩大。

市场规模的扩大是现代市场竞争的一大特点。随着全球化的发展，企业的竞争不再局限于本地市场，而是面临更广泛的竞争。只有不断进取，拓宽市场边界，才能在扩大的市场上寻找更多的机会。

从个人的角度来看，市场不得不进取正是源于竞争的现实和机会的激增。在严峻的市场竞争中，我深刻体会到了进取的重要性。在市场中，每一次机遇都离不开进取，每一次失利都需要进取的勇气。经过多年的市场竞争，我明白了市场进取不仅在于追逐机会，更在于持续的学习和提升自己。

综上所述，市场不易进取是现代市场竞争的现实，同时也是获得成功的关键。面对激烈的市场竞争、不可预测的市场变化、多元化的市场需求和扩大的市场规模，我们作为企业家或从业者需要保持进取的心态，不断学习和创新，才能在市场中立于不败之地。市场的经验是宝贵的财富，只有不断总结和反思，我们才能够不断成长和进步。对于那些想要在市场上立足的人来说，不断进取，获得心得体会是至关重要的。

**市场心得体会篇十四**

通过这个学期的学习让我认识到倘若作为一名市场营销人员，做市场营销其实就是在营销自己，营销自己的理念和自己的人格。做人很重要，不要想着去欺骗你的客户，客户可能会因为相信你而上一当，但是他绝对不会上二次当，你可能会因此失去更多的客户和机会，诚信对于营销者整个的营销生涯中占有举足轻重的作用，无论在什么样的环境下一定要对自己说过的话负责任，诚信也是最基本的人格保证。营销者要和自己的客户真心的交朋友，多了解客户的需要，多站在客户角度去考虑问题，产品虽然是没生命力的，但是人是有生命力的，人可以赋予产品于生命力，一定要注意自己的言行，营销者的一言一行，时时刻刻影响着客户对自己的\'看法，你的一个微小的动作都可能使你的成功或者全盘皆输，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，是体力与脑力的共同结合市场营销学习心得体会市场营销学习心得体会。守时对营销者至关重要，与客户约好时间一定要提前时间到达，无论是多么的风雨交加电闪雷鸣，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成功率会大很多。持之以恒，凡事贵在坚持，客户不是一朝一夕就有的是需要营销者日积月累起来的，如果因为一丝困难而放弃，那么永远就别想成功，阳光总在风雨后，会看见曙光的。

市场营销即满足顾客需求还涉及到何种产品来满足顾客需求，满足顾客需求，使我更加认真学习书中营销策略，其中竞争性市场营销策略，目标市场营销策略，品牌策略，产品策略，定价策略，分销渠道策略，促销策略，服务市场营销策略等，以备充分满足顾客需要。

**市场心得体会篇十五**

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；

（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孤供需况状和消费者的心理因素。其次，摆摊的地点也很重要，开始主要是摆在7栋公寓前，那样一来2、3栋的同学就很难了解我们的这个活动，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，所以需要在外面销售，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，就在我们快走了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支，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。

文档为doc格式。

**市场心得体会篇十六**

实习地点实习地点32个。在自治区内25个实习点，区外7个实习点。具体实习地点详见附件一，20\_\_届本科毕业生实习情况统计表。

实习内容可以概括为两大类。一类是本专业范围内的工作，另外也有个别。

实习人数。

(1)实习学生。20\_\_届三个毕业班的131名学生全部参加了实习。

(2)实习指导教师。共17人。由于实习点多，地点分散，系领导、教研室主任和本学期任课教师及相关行政人员全部参加了实习指导工作。

根据学院教务处的要求，采取集中实习和分散实习两种形式。分散实习学生自己联系实习单位，都出具了三方签名的书面材料(个人申请书、家长同意书和实习单位接受实习的证明书)。集中实习学生的实习单位由系里联系。所有实习单位都有专业教师指导。实习类型有毕业实习和毕业设计两种，毕业实习学生107人(31个实习点)，毕业设计24人(1个实习点)。根据学生个人意愿和特点选拔毕业设计学生，其他学生参加毕业设计。

实习成果数据统计。

(1)收到32个实习点每个点一份实习鉴定(实习单位盖章有效)。鉴定对每个实习学生做出了评价，131名学生单位实习鉴定成绩全部合格。

(2)收到学生实习报告112份。其中毕业实习学生每人一份，共107份;毕业设计每组1份，共5份。实习报告全部合格。

(3)收到实习教师每人一份实习总结报告，共17份。报告内容包括三部分。一是对学生在实习过程中的表现、能力、纪律情况和基础知识掌握程度的评价。二是结合实习单位的意见，对自己指导的每个学生给出综合实习成绩。三是就毕业实习过程中反映出来的教学存在的问题提出改进意见或建议等。全体学生综合实习成绩全部合格。

二、实习表现与效果。

达到了毕业实习的预期目的。在学校与社会这个承前启后的实习环节，同学们对自己、对工作有了更具体的认识和客观的评价。本次实习采取分散形式。原则上以就业实习为主，同时与毕业论文选题相结合。本届实习的单位覆盖面很广，企业总体水平也比较高。实习收获主要体现在两方面。

1.工作能力。在实习过程中，绝大多数同学积极肯干，虚心好学、工作认真负责，主动参与企业市场调查、产品销售、外贸谈判、行政管理、财务管理、生产运作管理、人力资源管理等工作，同时认真完成实习日记、撰写实习报告，成绩良好。

实习单位的反馈情况表明，我们的学生具有较强的适应能力，具备了一定的组织能力和沟通能力，普遍受到实习单位的好评。大多数学生能胜任单位所交给的工作。在毕业设计单位和有些企业，实习学生提出了许多合理化建议，做了许多实际工作，为企业的效益和发展做出了贡献。

2.实习方式。实习单位指定指导人员师傅带徒弟式的带学生，指导学生的日常实习。学生在实习单位，以双重身份完成了学习与工作两重任务。他们向单位员工一样上下班，完成单位工作;又以学生身份虚心学习，努力汲取实践知识。同学们认真的工作态度、较强的工作能力和勤奋好学的精神受到了实习单位及其指导人员的一致好评。

3.实习收获。主要有四个方面。一是通过直接参与企业的运作过程，学到了实践知识，同时进一步加深了对理论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成了本科教学的实践任务。二是提高了实际工作能力，为就业和将来的工作取得了一些宝贵的实践经验。

三是一些学生在实习单位受到认可并促成就业。四是为毕业论文积累了素材和资料。

4.组织管理。实习领导小组成员亲自到实习单位，检查和指导实习工作，协调解决实习中遇到的问题，总结、交流工作经验。

指导老师们在整个实习过程中尽职尽责，对保证实习质量起到了重要作用。实习开始时，老师们深入学生和实习单位，阐明实习大纲及实习计划内容，明确实习目的和要求。

实习过程中，结合实习单位的具体情况，帮助学生学会具体地分析问题、解决问题，学会深化专业知识，用专业知识指导实践，指导学生做好具体工作;在业务不多的实习点，引导学生找事做，挖掘他们的实践经验;检查学生实习工作日记，掌握实习情况，指导工作及时有效;督促学生认真完成实习报告。

实习结束后，老师们认真做好学生的实习成绩考核及评定工作，参加实习交流会，完成实习总结报告。指导老师平均每周与每个学生交流一次。指导方式有电话、电子邮件、下点、面谈等。基本达到了及时发现问题，解决问题，提高实习质量的目的。

实习单位的指导老师认真负责。不仅指导具体工作，还无私的介绍自己的工作与社会经验。

5.校企关系。实习前后系领导带领实习老师专门拜访、答谢实习单位，实习结束时系里向实习单位发出统一格式的感谢信。实习学生积极配合企业工作，他们的精神风貌和实际工作绩效对企业工作起到了良好的促进作用。使校企关系得到了进一步巩固和发展。

6.总结交流。返校后召开了各种形式的交流会，内容丰富、气氛热烈，同学们积极发言谈经历，谈体会，谈感想，论题丰富，论据翔实。实习指导老师亲临交流会，既肯定了同学们的成绩，又指出了实习中的不足，并对同学们的观点或体会进行了点评。对就业应聘以及将来工作具有很大的指导意义。

三、实习改进建议。

1.增加实践环节。

学生们共同的体会之一是书到用时方恨少。

从销售终端的商品管理、价格确定，到渠道控制、广告投放、新品开发及至市场调研，都需要宽泛的理论知识支撑。

有的单位工作专业性较强，学生下班回来找书找老师求教，其他实习点的同学也主动参与出谋划策。

极大的激发了大家的学习积极性，许多同学遗憾学习时不够努力刻苦。一。

个普遍反映的问题是同学们希望都能参加一次实际营销策划活动，以系统地了解企业运作过程，增强实践能力。

在我们的教学计划中，虽然有二年级的社会调查实习，但专业性不强，投入不足。

如果三年级设一次短期专业性社会实践，会促进学生学习，进一步增加实践知识。

如果增加实际营销策划内容，会加大教师工作量。

但是，增加社会实践环节，确实是实现营销专业人才培养目标的重要途径，尤其有助于学生就业。

我们初步计划增加营销策划实践工作项目，使目前学生的参与人数从5%增加到10%。建议学校把专业性社会实践纳入教学计划。

2.承认教师指导社会实践的工作量。

目前教师指导社会调查实习、毕业实习都没有计入教学工作量，所以不能调动教师积极性，也出现了上面三番五次强调但总是难以见效的实际情况。

包括毕业论文也存在这样的问题。指导社会实践和毕业论文需要教师投入一定的时间和精力，才能收到效果。总结经验可知，无论社会调查实习、毕业论文的撰写，还是策划活动，每个好成绩的取得，都投入了指导教师大量的工作甚至个人的研究成果。

所以，在进一步规范社会实践和毕业论文的同时，应该肯定教师的工作量，才能激励教师投入，才不会流于形式，真正达到实践目的。

而承认教师工作量最有效和透明的办法之一就是把指导社会实践和毕业论文工作计入教学工作量。

3.加大教学改革力度。

以社会需求为导向，调整课程设置。实习中了解到，目前社会需要大量的市场营销人才，可是，我们的学生却难以找到合适的岗位。

客观表现为企业一般招聘有几年工作经验的人。其实企业的真正需要的是人才，这里折射出来的是：应届毕业生不算是人才。

我们不能改变招聘条件，只能使自己成为人才。

学生怎样才能成为人才，是我们面临的迫切问题。

首先，要研究营销人才的内涵，然后以此调整培养目标、课程设置、教学目标、教学计划、学生知识和素质要求等。

要加强就业指导工作，重视就业率，就业率是学院生存的重要基础。

实习报告主要包括三部分：

1、实习机构介绍。

2、实习方式内容。

在里面加了点东西：实习目标、实习时间、实习督导、实习遇到的问题和困难报告要实事求是的写,详略要得当.可分以下几部分:。

(一)实习的目的,包括思想方面和技术方面的具体要求.

(二)实习的大体过程,分几个阶段,不同阶段实习的地点,时间,具体要求以及指导老师等.

(三)实习的收获,这是重点,应与第一部分相对应.也就是说,实习的目的达到了没有?具体都有哪些收获,应该比较详细地写出来.

(四)存在问题,也要作为重点来写.不但要找准存在的问题,更重要的是分析存在问题的主客观原因,以改进今后的实习工作.

(五)其它,上面没有谈到而又必须要谈的事情。

**市场心得体会篇十七**

市场是一个充满竞争和变化的地方，作为市场人，在与客户、同行和上级的互动中，我们积累了许多宝贵的经验和体会。下面，我将分享我个人在市场工作中的心得体会。

市场人的首要任务是了解客户需求并提供解决方案。在市场中，我们经常面对不同需求和挑战。而我们要成为一名优秀的市场人，就必须准确地了解客户需求。这不仅包括产品需求，还包括客户的喜好、习惯和价值观等。通过与客户的深入沟通，我们可以提供切实可行的解决方案，并满足客户需求。我在市场工作中的经验告诉我，只有真正了解客户，才能在市场竞争中立于不败之地。

与竞争对手保持良好的关系是市场人成功的关键。市场竞争激烈，我们难免会遇到同行的竞争和挑战。然而，与竞争对手保持良好的关系是我们成功的关键。通过与竞争对手的合作和学习，我们可以更好地了解市场动态，扩大自己的人脉。我曾经与一位竞争对手合作，通过互相学习、借鉴彼此的经验，我们共同提高，取得了互利共赢的局面。在市场竞争中，与竞争对手保持友好而合作的关系，是我们长久发展的基础。

市场反馈是市场人成功的重要依据。市场工作离不开数据和事实，而市场反馈是我们工作的重要依据。通过分析市场反馈，我们可以了解客户的满意度、产品的竞争力和市场趋势变化等信息。任何决策都应该以市场反馈为依据，而不是主观臆断。我从市场反馈中深刻体会到了这一点。一次产品推广活动失败，我们去分析了市场反馈，发现客户对产品定位不准确，于是我们及时调整了策略。凭借市场反馈的指导，我们最终成功地推出了满足客户需求的产品。市场人应该始终关注市场反馈，将其作为制定决策的重要依据。

在市场工作中，勇于创新和变革是市场人的必备素质。市场变化迅速，只有勇于创新和变革，才能在竞争中保持领先。我曾经在一家企业担任市场经理，由于竞争对手的崛起，业绩一度下滑。我决定进行创新和变革，针对市场变化推出了新产品，并改进了销售策略。通过不断尝试和调整，我们最终找到了适应市场的解决方案，业绩逐渐恢复并超过了竞争对手。这次经历让我明白，市场人必须勇于创新和变革，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

总结起来，作为市场人，我们必须准确了解客户需求并提供解决方案，与竞争对手保持良好的关系，根据市场反馈进行决策，并勇于创新和变革。这些是我在市场工作中的心得体会，也是我每天工作的指导原则。只有在实践中不断学习和提高，我们才能成为真正优秀的市场人。

**市场心得体会篇十八**

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。

**市场心得体会篇十九**

为期一个月的练习结束了，要说的话很多，在这里最终要感谢xx公司给了我一个可贵的练习机遇，感谢凌总及其扫数员工对我的关心救助包涵和明白。

此次练习成果很多，除了对专业知识以及冷却塔行业更加明白外，也认识进修到了一些职业者必备的本质，比如务实，立异等等。从练习的第一天起，精确的说历来到公司的第一次，就对公司留下了深入的记忆，和谐的氛围，人道化的办理，以及务实的工作风格深深地传染了我。在马一樱，廖泽海，汪磊几位师傅的带领下，我学到了很多东西。从扫描样本，汇集样本，剪报到做标书，搜罗信息料理信息，每一件工作看似大略，本来都是必要拿出务实的立场，当真任的心思才华把它做好。

在扫描样本的进程中，也呈现了一些题目。最大的题目出在心态上，最初的时候心态不是很好，在这里要感谢肖经理对我的指导和救助。在剪报和汇集信息的进程中，感谢汪磊给我做了榜样。

作为一名市场部的练习生，汇集信息，市场推行是一项大略而紧张的工作。在汇集样本及信息的进程中，我明白到了很多业内的公司及其品牌。明白了从信息汇集，德律风跟踪，建立关联，到建造标书，投标中标的全部进程。每个进程都是大略而不容忽略的，乃至是有点死板的。可是不管多么死板，作为一个工作者都要用毅力和恒心来把它做到更好。这是对一个职业人的考验，也是对职业本身的一种挑衅。只有把大略的做好了，才大略把其他付赞的事变做好，也才大略做强做大。

在练习的进程中，也有一些定见和发起：

1、对付样本汇集，应当更加周全，目标明了。不是萝卜白菜一箩筐扫数要。不是每一家公司都要。应当有分类，有的样本本身并异国多大代价。公司的实体气力不一样，成长模式不一样，产品不一样这就导致了对敌手明白的潜伏上的盲区。要富裕地明白敌手，就对他们进行有效的分类和挑选。

2、对付市场推行，我个人的感悟是用灵活的目光，得当的伎俩，使信息最大化，公告供给信息，开掘潜伏信息，培养代价客户。不但要在博客，贴吧上做，应当有本身的一套推行模式。比如论坛，势力巨子期刊。在到处撒网的同时珍视本色内容的提拔重点目标的冲破：不时候刻保存信息的最新性，而不是一些内容已经陈腐，链接已经过期的东西。

3、对付剪报。都说要有本身的设法，就应当让它成为一个交换平台，鼓励公司每个人都去看，留下本身的感触感悟。作为我本身，经过议定剪报获得的信息是蛮多的。我觉得应当再订阅一些有代表性，行业性更强的报纸。如今的环境是本日这各种报纸，明天将来诰日还是这类报纸，并且就那么几张中另有很多告白性的\'报纸。以致于一个月下来真正有效的信息其实不多。

此次练习是高兴的，不管在与公司员工还是与练习生相处进程中，都特别的高兴。大家的敬业精神，互助精神，有效地雷同，深深地传染了我。在彼此比拟中，也意想到了本身的不敷，还必要连续地进修和熬炼。此次练习也是意义庞大的，它是我走向社会的第一扇窗户，让我明白到了更加广阔的全国。实际全国的残酷竞争，就业压力，以及个人代价的兑现等等都在驱策着我做一个强者。不抛弃不抛却坚定到底！

练习结束了，人固然离开了公司，可是我的身上已经留下了“xx”深深的烙印。不管今后走到那边，xx的搏斗精神特别是凌总的创业经历将会永久鼓动着我前行。最终再次感谢xx凌总及其扫数员工，祝贺xx扬帆远航早日成为全国一流品牌。

**市场心得体会篇二十**

市场学是一门研究市场现象、探讨市场行为的学科。在学习和研究市场学的过程中，我汲取了丰富的知识和经验，并对市场学有了更深的理解。下面我将从市场定位、消费需求、产品策划、价格决策以及营销推广五个方面，总结并分享我在市场学中的心得体会。

第一，市场定位是开展市场营销活动的基础。市场定位是企业在市场中寻找属于自己立足之地的过程，它要求企业抱着诚信、责任和合法的态度来与市场进行交流和互动。我在学习市场定位的过程中，深刻认识到市场定位不仅仅是企业的工作，更是一个全员的工作。只有了解市场，了解顾客的需求和喜好，我们才能准确地开展市场营销活动，提供符合顾客需求的产品和服务。

第二，消费需求是市场经济中最基本的存在。消费需求的变化是市场经济活动变化的一个缩影，也是市场学研究的重点之一。在学习消费需求的过程中，我了解到消费需求不仅仅是物质上的需求，还包括精神上的需求。在这个竞争激烈的市场中，企业要想取得竞争优势，就必须具备洞察消费者心理的能力。只有通过了解消费者的需求和喜好，企业才能有针对性地提供产品和服务，从而满足消费者的需求并赢得市场份额。

第三，产品策划是市场学中最关键的环节之一。产品策划是指为满足市场需求而制定的一系列与产品相关的计划和决策。在学习产品策划的过程中，我明白了一个成功的产品策划是基于市场需求的调研和分析的基础上进行的。只有了解市场需求并根据市场需求来制定产品的定位、定价和推广策略，企业才能开发出符合市场需求并受消费者欢迎的产品。

第四，价格决策是市场学中的一个重要议题。价格决策是指企业制定市场价格的决策过程。在学习价格决策的过程中，我认识到企业定价既要考虑产品本身的成本，还要考虑市场的需求和竞争情况。一个合理的价格既能满足企业的盈利目标，又能满足消费者对产品的需求和认可，才能够使企业在市场竞争中取得优势。

第五，营销推广是将产品推向市场的重要手段。营销推广是企业通过广告、促销等手段向消费者传递产品信息，从而引起消费者购买欲望的过程。在学习营销推广的过程中，我了解到一个好的营销推广活动必须立足于市场需求和产品特点，并采用不同的推广手段和渠道，以吸引和引导消费者购买。同时，通过与消费者进行良好的沟通和互动，企业可以建立良好的品牌形象和市场口碑，提升企业的竞争力。

总的来说，市场学是一门与市场行为和市场现象相关的学科，它关注消费需求、产品策划、价格决策和营销推广等方面。在学习市场学的过程中，我深刻认识到良好的市场定位对企业的发展至关重要，而了解消费需求、精心策划产品、合理决策价格以及精准推广则是实现市场成功的关键。这些心得体会将伴随着我今后的学习和工作，为我在市场经济中取得更大的成就奠定坚实的基础。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找