

Shichang Yingxiao
Zonghe
Shixun Jiaocheng

高职高专
市场营销系列教材

市场营销综合实训教程

主 编 侯贵生

重庆大学出版社

高职高专
市场营销系列教材

市场营销综合实训教程

主 编 侯贵生
副主编 梁儒谦 高 芳

重庆大学出版社

内容提要

本书立足于高等职业教育,以就业为导向,以服务企业营销一线应用能力要求为宗旨,针对专业应用能力训练,在体系上围绕“一条主线,三个层面”进行了创新探索。其中“一条主线”是指以营销专业技术应用能力为主线;“三个层面”为营销专业职业基础综合素质训练、营销专业技术应用能力执行训练和营销专业技术综合能力策划训练。

本书作为高职高专市场营销专业的学生教材,也可作为市场营销人员综合实训的设计与组织、实施与考核的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

市场营销综合实训教程/侯贵生主编. —重庆:重庆大学出版社,2005.9

(高职高专市场营销系列教材)

ISBN 7-5624-3509-X

I. 市... II. 侯... III. 市场营销学—高等学校: 技术学校—教材 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 104727 号

高职高专市场营销系列教材

市场营销综合实训教程

主 编 侯贵生

副主编 梁需谦 高 芳

责任编辑:马 宁 张立武 版式设计:马 宁

责任校对:邹 冠 责任印制:秦 梅

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆科情印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:22 字数:395 千

2005年9月第1版 2005年9月第1次印刷

印数:1—4 000

ISBN 7-5624-3509-X 定价:24.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究。

前言



高职高专市场营销实践教学的质量和规范化程度,直接制约着专业的教学质量。在现有的高职高专市场营销专业教材中,用于指导高职高专市场营销专业实践教学的、系统性的专业实训教程又很短缺,各校都在呼唤着这样的专业教材面市。为此,在重庆大学出版社的热情支持下,结合编写教师多年的市场营销专业实践教学的体会,我们编著了这本教材。

本书努力体现立足于高等职业教育,以就业为导向,以服务企业营销一线应用能力要求为宗旨,强化应用性训练,在体系上围绕“一条主线,三个层面”进行了创新探索。其中“一条主线”是指以营销专业技术应用能力为主线;“三个层面”为营销专业职业基础综合素质训练、营销专业技术应用能力执行训练和营销专业技术综合能力策划训练。本书如能满足高等职业教育营销专业教学的一些需要,我们将非常高兴。

参加本书编写的单位与人员:

贵州商业高等专科学校:侯贵生、彭澜、罗玉婵;

广西财经学院:梁儒谦;

贵阳学院:胡颖;

昆明大学:宋志涓;

昆明冶金高等专科学校:高芳。

全书由侯贵生副教授任主编,负责确定教材体系、编写大纲,以及修改、总纂与最后定稿。梁儒谦、高芳同志任副主编。本书在编著过程中参阅了近年来有关市场营销人才综合素质方面的教材、著作、研究成果,在此对这些教材、

著作、研究成果的作者表示感谢。

限于作者的水平、实践教学经验与编写时间紧迫,书中难免存在不足之处,欢迎读者批评指正。

侯贵生

2005年6月于贵阳

目 录



第一篇 营销专业职业基础综合素质训练

第1章	营销职业礼仪与自我时间管理训练	3
1.1	营销职业礼仪训练	3
1.2	营销职业形体训练	12
1.3	自我时间管理训练	14
第2章	营销职业品格与潜能提升训练	22
2.1	职业意识与营销理念训练	22
2.2	职业生涯发展计划	28
2.3	团队合作与个人潜能拓展训练	42
第3章	创意思维与逻辑思维训练	49
3.1	创意思维能力训练	49
3.2	逻辑思维能力训练	52
第4章	人际沟通与语言表达能力训练	64
4.1	人际沟通能力训练	64

4.2	演讲与口头表述能力训练	70
4.3	书面表达能力训练	75
4.4	形体语言能力训练	82
第5章	挫折环境中的情绪控制训练	86
5.1	IQ、EQ、态度与情绪	86
5.2	挫折环境中的心态训练	91
5.3	自我情绪的调节与控制训练	95

第二篇 营销专业技术应用能力执行训练

第6章	个人创业能力训练	103
6.1	创业情商训练	103
6.2	模拟工商登记注册训练	110
6.3	创业实务训练	118
第7章	市场调查、环境研究、机遇风险与优劣势评价分析能力训练	132
7.1	市场调查方法与项目组织实施训练	132
7.2	SWOT 分析方法与能力训练	141
7.3	市场调查报告写作能力训练	144
第8章	项目开发、项目引进评估谈判和合同签订能力训练	149
8.1	项目开发方案研究报告写作训练	149
8.2	项目谈判、合同签订能力训练	156
8.3	客户信用管理能力训练	164

第 9 章	产品推销、终端渠道开发、维护与管理训练	168
9.1	产品推销计划制定与实施能力训练	168
9.2	终端渠道开发与提升销量能力训练	173
9.3	忠诚客户培养训练	179
9.4	渠道维护管理训练	186
第 10 章	商品陈列、导购活动训练	192
10.1	售点商品展示、堆头陈列方法训练	192
10.2	卖场导购人员管理与技能训练	197
第 11 章	公共关系活动的组织与实施训练	204
11.1	记者招待会、新闻发布会的组织能力训练	204
11.2	其他公共关系活动的组织与实施训练 1	212
11.3	其他公共关系活动的组织与实施训练 2	223
第 12 章	营业推广活动组织与实施训练	227
12.1	价格折扣训练	227
12.2	促销定价技巧实训	229
12.3	主题活动组织实施训练	232
第 13 章	广告活动的组织与实施训练	238
13.1	广告文案的创意与写作训练	238
13.2	广告预算策划的实训	245
13.3	广告媒体的组合与发布计划制定训练	250
第 14 章	客户管理、企业主页的建立与维护实战训练	256
14.1	客户管理数据库的建立和使用训练	257
14.2	企业网页的设计、建立、使用训练	260
14.3	大客户的开发、维护与管理训练	266

第三篇 营销专业技术综合能力策划训练

第 15 章	营销成本核算与进、销、存管理训练	273
15.1	营销成本核算的方法与技能训练	273
15.2	进、销、存管理方法与技能训练	276
15.3	会计报表的阅读与分析能力训练	283
第 16 章	市场定位实战研究与策划	298
16.1	市场细分技巧训练	298
16.2	目标市场选择技巧训练	300
16.3	市场定位实战训练	302
	实例思考题	308
第 17 章	新产品开发研究与策划	309
17.1	新产品概念的提出及可行性评估的方法与技能训练	309
17.2	新产品营销策划的方法与技能训练	318
第 18 章	价格政策构建与实施方案策划	328
18.1	熟悉价格政策和制定价格训练	328
18.2	定价方法训练	330
18.3	制定价格策略训练	334
	案例思考题	343
参考文献		344

第一篇

营销专业职业基础综合素质训练



第1章 营销职业礼仪与自我时间管理训练

礼仪是一种典章、制度,包括人的仪表、仪态、礼节等,用以规范人的行为、举止,调整人与人之间的关系。营销人员是否懂得和运用现代商务活动中的基本礼仪,不仅反映出其本身的素质,而且折射出其所在公司的企业文化水平和经营管理境界。仪容仪表是指个人的形象。言谈举止是指每一个人在商务活动中的职业表现。赢家从形象力开始,在营销活动中,懂得形象包装,给人良好的第一印象者,将获得由两分钟的时间投入而创造的巨大财富。

时间是无法更新的资本,任何一个制定出来帮助我们高效率地安排时间的计划,都必须从我们对时间宝贵性的认识入手,管理好你的时间是管理好你的生活、学习与事业的重要基础。

1.1 营销职业礼仪训练

1.1.1 营销职业礼仪实训的目的

1) 通过实训,纠正不正确的个人习惯,掌握正确的仪容修饰技巧与要求,建立与职业行为要求一致的仪容表现,形成精神饱满、整洁高雅的面部形象。

2) 通过实训,掌握服装穿着的规范、领带的系法以及上下、里外装束色彩的搭配,形成协调、简捷的职业装束形象。

3) 通过实训,纠正不正确的见面礼,掌握正确、优雅的见面礼姿势,形成

儒雅商人的礼节风范。

1.1.2 营销职业仪容仪表状态自测

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| ①坐下时,大腿跷二郎腿,摇来晃去。 | 有()偶尔有()没有() |
| ②随地吐痰。 | 有()偶尔有()没有() |
| ③走路时,屁股、腰肢扭来扭去。 | 有()偶尔有()没有() |
| ④经常不加掩饰地用手挖鼻孔。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑤交谈时过于频繁地眨眼。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑥高兴起来,手舞足蹈。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑦一边蘸着唾沫,一边数钱。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑧当漂亮的姑娘从身边走过时,回头直盯盯地目送她的背影。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑨用完餐后,一直用牙签在嘴里捣来捣去。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑩抽烟时不停地将烟从鼻孔中喷出。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑪搔抓头皮。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑫在公共场所,一边听音乐,一边用脚打拍子。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑬走路时把手插进裤袋。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑭抽烟或喝水时嘴里经常发出响声。 | 有()偶尔有()没有() |
| ⑮不择地方,倒头便睡。 | 有()偶尔有()没有() |

说明:(选择“有”得2分,“偶尔有”为1分,“没有”不加分,累计得总分)

分数为0~10:基本上没有令人讨厌的举止,你给大家的是良好的第一印象。

分数为11~20:有些不文明不文雅的举止,但尚属可改正之列。只要你改掉了这些缺点,你将会获得大家的好感。

分数为21~30:仪态丑陋、令人生厌。你虽然很渴望得到大家尤其是女性同事的好感,但你难看的举动使大家对你敬而远之。你必须深刻反省,注意自己在社交场合的举止,留给大家一个文明的形象。

1.1.3 营销职业礼仪实训的内容

实训项目一:正确认识职业礼仪

1. 正确认识职业礼仪

在日常生活和工作中,我们经常会提到商务职业礼仪,那么,什么是商务职业礼仪?它的核心问题是什么?

商务职业礼仪是在商务活动中体现相互尊重的行为准则。商务职业礼仪的核心是一种行为的准则,用来约束我们日常商务活动的方方面面。商务职业礼仪的核心作用是为了体现人与人之间的相互尊重。这样我们学习商务职业礼仪就显得更为重要。我们可以用一种简单的方式来概括商务职业礼仪,它是商务活动中对人的仪容仪表和言谈举止的普遍要求。仪容仪表是指个人的形象。言谈举止是指每一个人在商务活动中的职业表现。

2. 职业礼仪的主要应用范围

(1) 电话礼仪

电话在现代商务活动中,应用范围非常广。我们在用电话进行沟通的时候需要注意哪些细节呢?我们分成电话接听和主动拨打两部分来介绍。

1) 电话接听。在电话接听的时候要特别注意,电话铃响时间不要过长,一般是三声,我们就要接听电话,同时报出自己的称谓,最标准的方法是说:“您好”。根据不同企业的特点,可能会要求报你的姓名,部门的名称,或者公司的名称,一定要避免的是,拿起电话之后,说:“喂,说话。”避免使用不标准的用语。

要注意声音的控制。我们在社交活动当中,面对面地进行交流,可以充分地利用你的肢体语言来表达你要传达的这种职业表现,而电话只能听到你的声音,没法表达你的肢体语言,所以在这个时候要特别的注意自己的声音、语速,以及准确表达。

2) 主动拨打。主动拨打电话的时候,也就是电话拜访的时候,需要注意什么问题呢?在主动拨打电话之前,先打一个腹稿,有所准备,这样可以节省打电话的时间;同时,这也是一个非常好的商务习惯。因为你并不知道接电话的人正在忙什么,在通话之前做到心里有数,可以有效地节省时间,并能够提高电话沟通的效率。

腹稿打好之后,应该做一个简单的寒暄,然后迅速直奔主题,不要闲聊,东

拉西扯,偏离你要表达的主要意思。

3)其他电话礼仪。通话结束时要有所提示,如“再见”、“咱们下次再谈”等。

还有一方面是日常的商务活动中容易忽略的,就是在正常情况下先听到对方挂断电话之后,我们再挂断电话,这是一个很好的商务礼仪的表现。

同时在用电话进行沟通的时候,一般应该把时间控制在3min以内,最长也不要超过5min。即便这一次沟通没有完全表达出你的意思,最好约定下次打电话的时间或面谈的时间,而避免在电话中占用的时间过长。

(2) 办公室礼仪

在办公室进行沟通的时候,我们应该注意哪些礼仪习惯?最重要的一点是,你要对他人,包括你的同事、上级和下级,表现出你对他们的尊重,尊重他人的隐私,尊重他人的习惯。我们应该如何注意办公室礼仪呢?

1)分清哪里是公共的区域,哪里是个人的空间。

2)岗位的整洁。在办公室中要保持你的岗位整洁、美观大方,避免陈列过多的私人物品。

3)谈话声音和距离的控制。在和他人进行电话沟通,或者是面对面沟通的时候,你的音量尽量要适当控制,两个人都能够听到就可以了,避免打扰他人工作。哪怕当电话的效果不好时也应该这样。

4)尽量避免在办公区域用餐。有些公司员工中午是在自己的岗位上进餐的,这不是一个良好的商务习惯。我们应该尽量避免在自己的岗位上进餐。实在不能避免的情况下,尽量节省时间,或者就餐完毕之后迅速通风,以保持工作区域的空气流通。

(3) 会议礼仪

在会议当中应该注意哪些礼仪。

按参会人员来分类,会议基本上可以简单地分成公司外部会议和公司内部会议。公司外部会议,可以分成产品发布会、研讨会、座谈会等。

内部会议包括定期的工作周例会、月例会、年终的总结会、表彰会,以及计划会,等等。

我们以外部会议为例,讲一讲商务礼仪中需要关注的一些细节。我们将会议分成会议前、会议中、会议后。

1)会议前。在会议前的准备工作中,我们需要注意以下这几方面:

When——时间,你要告诉所有的参会人员,会议开始的时间和要进行多长时间。这样能够让参加会议的人员很好地安排自己的工作。

Where——地点,是指会议在什么地点进行,要注意会议室的布局是不是适合这个会议的进行。

Who——人物,以外部客户参加的公司外部会议为例,会议有哪些人物来参加,公司这边谁来出席,是不是已经请到了适合外部的嘉宾来出席这个会议。

What——会议的议题,就是要讨论哪些问题。

Others——会议物品的准备,就是根据这次会议的类型、目的,需要哪些物品。比如,纸、笔、笔记本、投影仪等,是否还需要用咖啡、小点心等。

2)会议中。在会议进行当中,我们需要注意以下这几方面:

①会议主持人主持会议要注意:

- a. 介绍参会人员;
- b. 控制会议进程;
- c. 避免跑题或议而不决;
- d. 控制会议时间。

②会议座次的安排:

一般情况下,会议座次的安排分成两类:方桌会议和圆桌会议。

一般情况下会议室中是长方形的桌子,包括椭圆形,就是所谓的方桌会议,方桌可以体现主次。

在方桌会议中,特别要注意座次的安排。如果只有一位领导,那么他一般坐在这个长方形的短边的这边,或者是比较靠里的位置。就是说以会议室的门为基准点,里侧是主宾的位置。如果是由主客双方来参加的会议,一般分两侧就坐,主人坐在会议桌的右边,而客人坐在会议桌的左边。

还有一种是为了尽量避免这种主次的安排,而以圆形桌为布局,就是圆桌会议。在圆桌会议中,则可以不用拘泥这么多的礼节,主要记住以门作为基准点,比较靠里面的位置是比较主要的座位,就可以了。

3)会议后。在会议完毕之后,我们应该注意以下细节,才能够体现出良好的商务礼仪。主要包括:

①会谈要形成文字结果,哪怕没有文字结果,也要形成阶段性的决议,落实到纸面上,还应该有人负责相关事物的跟进;

②赠送公司的纪念品;

③参观,如参观公司、厂房等;

④如果必要,合影留念。

(4) 商务用餐礼仪

一般在正式的商务会谈当中,往往中间会穿插商务用餐,那么在商务用餐的时候,我们应该注意哪些细节呢?

首先有一个前提,是以商务活动为主。就是说在商务用餐当中,进餐只是一种形式,真正的内容,是继续谈商务话题,占的比重超过了50%。

商务用餐的形式分成两大类,一类是比较松散的自助餐,或者是自助餐酒会。另一类是正式的宴会,就是商务宴会。商务宴会通常还有中式宴会和西式宴会两种形式。

1) 自助餐酒会:

自助餐酒会有它自己的特点,它不像中餐或者西餐的宴会,大家分宾主入席,直接就开始用餐的过程,而是一般会有嘉宾,或者主办方,由他们先即席发言。在嘉宾发言的时候,应该尽量停止手中的一切活动,如取食或者是进餐,都应该停止下来。通常自助餐不牵扯到座次的安排,大家可以在这个区域中来回地走动。

在和他人进行交谈的时候,应该注意尽量停止口中咀嚼食物。

一般公司采用商务自助餐这种形式,它最突出的一点也是体现出公司的勤俭节约。所以在我们用餐的时候,要特别注意尽量避免浪费。

2) 中餐宴会:

使用公筷。给其他人夹菜的时候,要特别注意用公筷。

敬酒。在商务用餐中经常会遇到这种情况:主办方非常热情,不停地夹菜,不停地劝酒。在正式的商务用餐中,应该尽量避免这种情况的出现。也就是说,我们作为参与者,要客随主便,但是我们作为主办方的话,要特别注意其他人的习惯,有可能对方不胜酒力,或者说这个菜他并不是很喜欢吃,那么在让菜的时候,应该尽量地为他人着想,尊重他人的习惯。

喝汤。在喝汤的时候,声音要尽量小,不要影响他人。

座次。在商务用餐的时候,一般也牵扯到座次的问题。在这里教大家一个最简单的方法:你可以从餐巾的折放上,看出哪个是主位,哪个是客位。一般主宾位的餐巾纸的桌花和其他人的是不太一样的。如果你不了解情况,也可以问一下餐厅的服务员,哪个位置是主位。如果餐巾纸是折好放在你面前的,没有桌花的话,我们应该看什么呢?主要是以门为基准点,比较靠里面的位置为主位。

3) 西式宴会:

主菜都需要用刀切割,一次切一块食用;