

高职高专“十一五”规划教材·市场营销系列

GAOZHI GAOZHUAN “SHIYIWU” GUIHUA JIAOCAI

市场营销实训教程

SHICHANG YINGXIAO SHIXUN JIAOCHENG

主编 谢守忠 吴怀涛



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

高职高专“十一五”规划教材·市场营销系列

GAOZHI GAOZHUAN “SHIYIWU” GUIHUA JIAOCAI

市场营销实训教程

主 编 谢守忠 吴怀涛

副主编 刘 含 杨 芬

施复兴 聂平莉



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

市场营销实训教程/谢守忠,吴怀涛主编. —武汉:武汉大学出版社,
2008.2

高职高专“十一五”规划教材

ISBN 978-7-307-06092-0

I. 市… II. ①谢… ②吴… 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(2008)第 004221 号

责任编辑:陈 红

责任校对:程小宜

版式设计:詹锦玲

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北鄂东印务有限公司

开本:720×1000 1/16 印张:8.375 字数:158千字 插页:2

版次:2008年2月第1版 2008年3月第2次印刷

ISBN 978-7-307-06092-0/F·1112 定价:17.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售
部门联系调换。

高职高专“十一五”规划教材

编审委员会

顾 问

姜大源

教育部职业技术教育中心研究所研究员
《中国职业技术教育》主编

委 员

马必学	黄木生
刘青春	李友玉
刘民钢	蔡泽寰
李前程	彭汉庆
陈秋中	廖世平
张 玲	魏文芳
杨福林	顿祖义
陈年友	陈杰峰
赵儒铭	李家瑞
屠莲芳	张建军
杨世金	杨文堂
王展宏	刘友江
韩洪建	盛建龙
黎家龙	王进思
郑 港	高 勇

高职高专“十一五”规划教材·市场营销系列

编委会

主 任 谢守忠 宋德凤

副主任 (以下按姓氏笔画排序)

卢世华 吴怀涛

吴新明 杨季夫

龚士林

委 员 卢世华 刘 含

吴怀涛 吴新明

宋德凤 李 伟

李质甫 杨季夫

陈文刚 周 庆

郑 聰 金 中

施复兴 龚士林

程 洁 覃慧海

谢守忠 谢海燕

本教材是与《市场营销》相配套的教材。每章的编写都分为知识内容、技能目标、实训项目等部分。其中，实训项目由背景材料、实训任务、实训流程及实训过程实录及作品组成。本教材结合高职高专教育的特点，贴近学生实际，具有较好的实用性和可操作性。

本教材共十章。参加研制的人员是：吴怀涛（编写第一章、第二章），刘含（编写第三章），聂平莉（编写第四章），乐诗婷（编写第五章），谢守忠、杨芬（编写第六章、第九章），周常青（编写第七章），施复兴（编写第八章、第十章）。

谢守忠、吴怀涛同志在广泛征求研制组成员意见的基础上制定了本教材的研制原则，提出了研制总体要求，拟定了研制大纲，并负责全书的统稿与修订。杨芬同志为本教材研制工作的顺利开展做了大量协调、服务性工作。

本教材在研制过程中参考了一些教材、论著、网页和报刊杂志，援引了许多资料和信息；得到了相关院校领导和老师的支持，在此一并致谢。

因水平有限，难免有疏漏之处，敬请同行和有关专家、读者阅读之后为我们提出宝贵意见，以利于此书的进一步完善。

高职高专“十一五”规划教材
《市场营销实训教程》研制组

2008年1月

目 录

第一章 市场营销概述

- 实训项目一 市场营销哲学思想训练 1
- 实训项目二 学生语言能力、表达能力训练 4

第二章 市场调查

- 实训项目一 市场调查提纲的编写 5
- 实训项目二 调查问卷的设计 7
- 实训项目三 实地调查、撰写调查报告 10

第三章 市场营销环境分析

- 实训项目一 市场营销宏观环境分析 13
- 实训项目二 市场营销微观环境分析 15
- 实训项目三 制作化解环境威胁的决策方案 18

第四章 购买行为分析和竞争分析

- 实训项目一 消费心理、购买行为、购买过程资料分析 22
- 实训项目二 消费者购买行为、购买过程情景模拟 24
- 实训项目三 设计企业满意度调查问卷 25
- 实训项目四 制定企业竞争方案 29

第五章 目标市场营销战略

- 实训项目一 选择标准进行市场细分并描述各子市场特点 33
- 实训项目二 目标市场确定 34
- 实训项目三 市场定位确定及策略应用 37

实训项目四 目标市场营销综合运用	39
------------------------	----

第六章 产品策略

42

实训项目一 整体产品营销分析	43
实训项目二 分析企业的产品组合	45
实训项目三 制定市场生命周期各阶段的营销策略	47
实训项目四 设计新产品	49
实训项目五 商标或班徽的设计	51
实训项目六 产品包装设计	53
实训项目七 典型案例分析制定解决方案	54

第七章 价格策略

59

实训项目一 企业定价目标的确定	60
实训项目二 定价方法、定价策略的应用	64
实训项目三 讨价还价实战演练	70

第八章 分销渠道策略

72

实训项目一 设计分销渠道方案	73
实训项目二 不同分销渠道模式的比较分析	76
实训项目三 根据渠道运行中的问题制定解决方案	82
实训项目四 渠道成员激励	84
实训项目五 化解渠道冲突	86
实训项目六 制定物流配送方案	89

第九章 促销策略

93

实训项目一 撰写“××超市促销活动策划书”	94
实训项目二 商品推销实战	97
实训项目三 营销人员招聘	100
实训项目四 制作商业广告创意策划方案	102
实训项目五 制作营业推广活动方案	104
实训项目六 制作公关活动策划方案	106

第十章 市场营销综合实训

110

实训项目一 编制市场营销计划	111
实训项目二 整合营销方案的编制	116

参考文献

126

第一章 市场营销概述

【知识内容】 市场营销是指企业利用自身的优势,通过市场交易满足目标市场的顾客需求,并实现企业利润目标的综合性商务活动过程。它包括四个方面的内容。

第一,市场营销的目的是获得利润。满足消费者的需求和欲望是获得利润的前提条件。

第二,市场营销的中心是达成交易,核心概念是“交换”。

第三,市场营销的手段是整体营销。

第四,市场营销的实质是解决社会生产与消费之间的矛盾,并使两者相互适应。

企业的市场营销活动是在特定的指导思想或经营理念指导下进行的。所谓营销观念是指企业开展营销活动的基本指导思想,是企业对特定市场的现状及其发展趋势的根本看法和根本态度。它经历了生产观念、产品观念、推销观念、市场营销观念、生态营销观念、社会营销观念、大市场营销观念、关系营销观念、绿色营销观念、文化营销观念等历史演变和发展。其中生产观念、产品观念、推销观念属于传统营销观念,其他都属于现代营销观念。现代营销观念的重要思想包括三个方面的内容:顾客导向、整体营销和顾客满意。

营销观念是一种思维方式、经营理念和指导思想,市场营销是一种经营销售活动过程,有什么样的营销观念就有什么样的营销活动。营销观念的正确与否,关系到企业的成败和兴衰。

【技能目标】 培养学生树立市场营销的哲学思想,并能运用市场营销的哲学思想分析问题和解决问题;锻炼学生口头表达能力,并能有效地与人沟通。

实训项目一 市场营销哲学思想训练

(一) 背景材料

1. 某著名的跨国公司高薪招聘营销人员,应聘者趋之若鹜,人数达到了1 000多人,企业为了选择理想的人才,出了一道测试题:“如何成功地将木梳

销售给和尚”，测试合格者参加面试，结果只有 10 人通过测试。

2. 美国有家商学院为学生设立了一个天才销售奖，要想获得这个奖项，就要把一个旧式的砍木头的斧子，销售给现任的美国总统。

3. 某日，一位姓李的顾客来到某服装店，将该服装店所有的衣服都试穿了一遍，然后告诉店老板说，没有一件衣服适合自己。这时老板说：“你是来买衣服呢，还是寻开心呢？今天你不买也得买，否则你休想走出我的店门。”李姓顾客迫于无奈，只好买了一件衣服走出服装店。如果你是老板该如何处理？

4. 2006 年的“三八”妇女节，某单位给女职工发了某商场 100 元钱的购物券，上午九点以前徐女士凭券购物。其中买了北京“单晶”冰糖 2 斤，标价每斤 4.8 元；封女士于九点半到商场凭券购物，也买了北京“单晶”冰糖 2 斤，标价每斤 2.4 元。两位女士购物结账后在商场门口碰见，相互打招呼和询问，这才发现她们买的北京“单晶”冰糖，品质一样，而价格不一样，于是徐女士到顾客服务中心投诉。服务人员解释说，北京“单晶”冰糖是从上午九点钟开始调价，所以价格有区别。徐女士说你们的调价应该出示公告，但没有公告，因此必须退还我多余的钱。假如你是值班经理，如何处理这一问题？

（二）实训任务

1. 根据背景材料 1 和背景材料 2，运用市场营销的哲学思想设计解决问题的方案。

2. 根据背景材料 3 和背景材料 4，运用市场营销原理解决实际问题。

（三）实训流程

1. 在授课教师指导下分组（4~6 人一组）开展讨论分析，形成小组集体意见。

2. 各组设计解决方案和处理措施。

3. 各组选择代表讲解方案和处理意见。

4. 授课教师引导学生评价分析方案。

5. 授课教师点评各组方案，给予评分。

（四）实训过程实录及作品

1. 小组成员情况

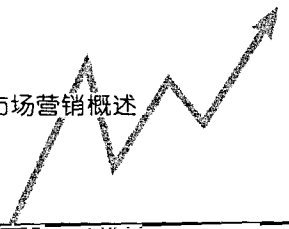
2. 小组集体意见

3. 小组解决方案

4. 实际问题的处理措施

5. 学生评价情况

6. 老师评价情况



实训项目二 学生语言能力、表达能力训练

(一) 背景材料

五分钟自我介绍演练，介绍内容包括姓名、年龄、身高、籍贯、个人兴趣爱好、特长、家庭情况、学习期望和学习市场营销课程的认识等情况。

(二) 实训任务

1. 写出自我介绍演讲稿，锻炼写作能力。
2. 脱稿演讲五分钟，锻炼口头表达能力。

(三) 实训流程

1. 每人精心写好五分钟自我介绍演讲稿。
2. 课余时间，自行演练。
3. 排列演讲顺序。
4. 课堂演练，学生评分。

(四) 实训过程实录和作品

1. 五分钟演讲稿内容

2. 课余时间安排情况

3. 演讲评分情况

第二章 市场调查

【知识内容】 市场调查是指运用科学的方法系统地、客观地辨别、收集、分析和传递为有关市场营销决策提供的重要依据的过程。市场调查根据不同的划分依据分为不同的类型,按对调查对象的选择方法划分,可分为四种类型:即普查、重点调查、典型调查和抽样调查;按信息收集的途径分类可分为两种类型:即直接调查和间接调查;按市场调查的目的和任务分类可分为四种类型:即探测性调查、描述性调查、因果关系调查和预测性调查。市场调查的主要内容包括以下几个方面:市场环境、市场需求、购买行为、产品销售、战略调研、促销调研、竞争对手和满意程度调研。市场调查的步骤分为三个阶段:调研准备阶段、正式调研阶段和结果处理阶段。其调查方法主要有访谈法、观察法、问卷调查法、实验法、文献收集法和抽样调查法。其中问卷调查法是调查者运用统一设计的问卷,利用书面回答的方式,向被调查者了解情况并收集信息的方法。问卷的问题形式有两种,即开放式问题和封闭式问题,问卷的结构包括三个部分即前言、主体和结束语。市场调查贯穿于整个营销过程之中,是企业决策的依据,因此,调查者必须提供调查报告供领导决策参考。一份调查报告必须要有完整的结构,它包括以下几个方面的内容:序言、摘要、引言、正文和附录。

【技能目标】 能制作市场调查提纲;能设计调查问卷,应用市场调查的程序和方法进行实际调查;能根据收集和调查的资料撰写质量较好的市场调查报告。

实训项目一 市场调查提纲的编写

(一) 背景材料

1. 随着知识经济的发展,互联网成为当今社会的一大主题。大学生上网群体越来越受到关注,上网对大学生的生活、学习影响越来越大,然而,大学生上网究竟是利大还是弊大呢?只有通过详细的调查,才能做出合理的分析和评价。

2. 随着网络通讯的快速发展,手机作为一种方便、快捷的通讯工具占领了整个通讯市场,就连在校学生使用手机的人数也越来越多。因此无论是移动还是联通都把大学生作为发展的对象,都在抢占大学生市场。大学生是特殊的消费群体,有着自身的消费特点和规律。为了弄清大学生手机使用的情况,方便决策,移动和联通准备针对这一问题对在校大学生展开调查。

(二) 实训任务

根据背景材料1和背景材料2,编制市场调查提纲。

(三) 实训流程

1. 在授课教师指导下分组(4~6人一组),每组指定专人负责。
2. 各组开展讨论分析。
3. 各组编制调查提纲。
4. 授课教师指导和点评。

(四) 实训过程实录和作品

1. 分组情况

2. 各组讨论情况

3. 编制的调查提纲

实训项目二 调查问卷的设计

(一) 背景材料

高校学生使用手机情况的调查问卷

为了更好地了解高校学生对手机各方面的需求,以便推出一批适合高校学生需要的手机,特此展开此次问卷调查,多谢大家的支持和配合!

1. 您是大几的学生? ()
A. 一 B. 二 C. 三
2. 选出您最喜欢的手机品牌(最喜欢打6分,最不喜欢打1分,依次打分)
A. 诺基亚 () B. 三星 () C. 摩托罗拉 ()
D. 波导 () E. 联想 () F. 其他 ()
3. 您喜欢的手机样式是? ()
A. 直板 B. 翻盖
C. 滑盖 D. 旋盖
4. 在您心目中您想拥有一款什么颜色的手机? ()
A. 白色 B. 银白色 C. 黑色
D. 红色 E. 其他
5. 您对手机的外观有何要求? ()
A. 小巧型 B. 大方型
C. 个性型 D. 商务型
6. 您买手机的主要原因是? ()
A. 身份显示 B. 方便联络
C. 时髦流行 D. 生活需要
7. 您购买手机时所能接受的价位是? ()
A. 低于600元 B. 600~900元
C. 900~1200元 D. 1200元以上
8. 您使用手机的月话费? ()
A. 30元以下 B. 30~50元
C. 50~80元 D. 80元以上

9. 您选择一款手机对它的基本功能以外的要求是? ()
 - A. MP3、MP4 功能
 - B. 游戏功能
 - C. 摄像功能
 - D. 学习功能
 - E. 移动 QQ 功能
10. 您认为选择手机最重要的标准是? ()
 - A. 品牌、价格
 - B. 使用方便、美观
 - C. 价格、质量
 - D. 售后服务、品牌
 - E. 功能、价格
11. 请问您对所需手机的看法 (每项分 1~5 个等级, 在认为合适的等级上画圈)

质量 1-2-3-4-5

价格 1-2-3-4-5

功能 1-2-3-4-5

外观 1-2-3-4-5
12. 您觉得目前您所使用的手机的售后服务如何? ()
 - A. 非常好
 - B. 很好
 - C. 一般
 - D. 不太好
 - E. 非常不好
13. 请问您对校园手机服务还有哪些建议?
答: _____

(二) 实训任务

1. 根据背景材料指出调查问卷设计中存在的问题并加以改正。
2. 设计一份小灵通市场调查问卷。

(三) 实训流程

1. 在授课教师指导下分组 (4~6 人为一组) 并确定组长。
2. 各组展开讨论, 提出问题, 归纳问卷设计原则。
3. 各组修改手机调查问卷, 设计小灵通市场调查问卷。
4. 各组代表发言。
5. 授课教师点评总结。
6. 各组完成小灵通市场调查问卷的设计。

(四) 实训过程实录和作品

1. 分组情况 _____
