



职业教育市场营销专业规划教材

市场营销实训指导

SHICHANG YINGXIAO SHIXUN ZHIDAO

罗绍明 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



职业教育市场营销专业规划教材

市场营销实训指导

主 编 罗绍明

副主编 卢汉生



机械工业出版社

本书为《市场营销实训》(ISBN 978-7-111-25894-0)的配套实训指导书。

本书按照模块化方式进行编写,每章均包括知识训练和技能训练两个模块。其中,知识训练模块是依据《市场营销实训》对应章节应掌握的理论知识编写的,设置有基础知识训练和案例分析训练,帮助学生巩固市场营销的基础理论知识;技能训练模块是依据《市场营销实训》中的营销技能课堂训练和营销策划技能训练的背景材料,列举了一些技能训练的参考作品,以方便教师指导学生开展市场营销技能训练。

本书可作为职业院校市场营销专业及相关专业教学配套用书,也可作为企业市场营销人员及对市场营销有兴趣和爱好的读者学习、参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

市场营销实训指导/罗绍明主编. —北京:机械工业出版社, 2009.4

职业教育市场营销专业规划教材

ISBN 978-7-111-26665-5

I. 市... II. 罗... III. 市场营销学—职业教育—教学

参考资料 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 042815 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:徐永杰 责任编辑:徐永杰 责任校对:申春香

封面设计:马精明 责任印制:李妍

北京振兴源印务有限公司印刷厂印刷

2009 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

184mm × 260mm · 7.75 印张 · 187 千字

0001-3000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-26665-5

定价:15.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
销售服务热线电话:(010) 68326294

购书热线电话:(010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话:(010) 88379196

本社服务热线:(010) 68311609

本社服务邮箱:marketing@mail.machineinfo.gov.cn

投稿热线:(010) 88379196

投稿邮箱:leory_123@sina.com

封面无防伪标均为盗版

前 言

“市场营销实训”是中等职业学校市场营销专业的必修课程之一，也是贯彻国家职业技能教育要求、开展市场营销技能培养的专业核心课程之一。本书是《市场营销实训》(ISBN 978-7-111-25894-0)的配套用书，是为了方便教师开展教学、指导学生进行实训而编写的教学参考用书。

本书是按照《市场营销实训》各章节的顺序逐章编排的，主要包括市场营销调研实训指导、营销环境管理实训指导、目标市场策略实训指导、市场营销计划实训指导、产品策略实训指导、价格策略实训指导、渠道策略实训指导、促销策略实训指导、服务营销策略实训指导、网络营销策略实训指导共十章。

本书按照模块化方式进行编写，每一章均包括知识训练、技能训练和参考答案(邮件索取: leory123@sina.com)三个模块。其中，知识训练模块是依据《市场营销实训》对应章节应掌握的理论知识编写的，设置有基础知识训练和案例分析训练，帮助学生巩固市场营销的基础理论知识；技能训练模块是依据《市场营销实训》中的营销技能课堂训练和营销策划技能训练的背景材料，列举了一些技能训练的参考作品，以方便教师指导学生开展市场营销技能训练。

本书可作为职业院校市场营销专业及相关专业教学配套用书，也可作为企业市场营销人员及对市场营销有兴趣和爱好的读者学习、参考用书。

本书由罗绍明任主编，卢汉生任副主编，参编人员有罗明丽、刘晓彬、王军华。

由于编者水平有限，书中的缺点与不成熟之处在所难免，恳请读者批评指正并提出建议与意见。来信请寄: stluoming@163.com。

编 者

目 录

前言

第一章 市场营销调研实训指导 1	第六章 价格策略实训指导 59
知识训练..... 1	知识训练..... 59
技能训练..... 5	技能训练..... 63
市场调研问卷陈述训练..... 5	投标说明书陈述训练..... 63
市场调研问卷撰写训练..... 8	投标说明书写作技能训练..... 67
第二章 营销环境管理实训指导 14	第七章 渠道策略实训指导 71
知识训练..... 14	知识训练..... 71
技能训练..... 18	技能训练..... 77
SWOT 分析法应用陈述训练..... 18	经销合作协议陈述训练..... 77
SWOT 分析技能训练..... 22	经销合作协议书写技能训练..... 80
第三章 目标市场策略实训指导 26	第八章 促销策略实训指导 85
知识训练..... 26	知识训练..... 85
技能训练..... 30	技能训练..... 91
产品说明书陈述训练..... 30	产品广告语创意陈述训练..... 91
产品说明书写作技能训练..... 32	产品广告语写作技能训练..... 92
第四章 市场营销计划实训指导 35	第九章 服务营销策略实训指导 95
知识训练..... 35	知识训练..... 95
技能训练..... 40	技能训练..... 100
市场营销计划陈述训练..... 40	产品三包协议书陈述训练..... 100
市场营销计划写作技能训练..... 44	产品三包协议书写作技能训练..... 103
第五章 产品策略实训指导 48	第十章 网络营销策略实训指导 106
知识训练..... 48	知识训练..... 106
技能训练..... 55	技能训练..... 111
产品品牌标识陈述训练..... 55	产品促销方案陈述训练..... 111
产品品牌标识设计技能训练..... 56	产品促销方案写作技能训练..... 114

第一章 市场营销调研实训指导

知识训练

【基础知识训练】

一、填空题

1. 构成企业营销市场大小的三大要素为_____、_____和_____。
2. 调查问卷, 也称_____, 是市场调研人员在向调查对象作_____时用以记录调查对象的态度和意愿的_____形式。
3. 现代市场营销的特点是由四个相关联的理念所反映出来的, 这四个理念分别是_____, _____、_____和_____。
4. 市场调查问卷的提问方式, 可以分为两大类: _____和_____。
5. 市场调研程序, 一般由四个主要步骤组成: _____、_____, _____、_____。

二、判断题

1. 企业营销计划是进行市场营销调查的基础。 ()
2. 重点调查是对被研究总体中具有举足轻重地位的单位进行调查。 ()
3. 不管是有经验的专业调查员, 还是临时的业务访问员, 在调查实施前都必须进行有针对性的培训。 ()
4. 购买动机调查是市场营销调查最为常见的内容。 ()
5. 一手资料调研是进行市场调研的首选方法。 ()

三、选择题

1. 获取的资料及时、有针对性, 有利于发现他人未发现的问题的调查方式是 ()。

- A. 直接调查 B. 间接调查
C. 典型调查 D. 抽样调查
2. 对被研究总体中具有代表性的个别单位进行的调查,称为()。
- A. 普查 B. 典型调查 C. 重点调查 D. 抽样调查
3. 一般用于产品试销的市场营销调查信息的收集手段有()。
- A. 观察法 B. 口头询问法 C. 实验法 D. 书面询问法
4. 调查问卷中,主要用于介绍调查的目的、意义、填答说明,且还要有问候语等内容的部分,是调查问卷的()。
- A. 问卷正文 B. 问卷开头 C. 问卷结尾 D. 问卷附件
5. 以下不属于二手资料取得途径的是()。
- A. 公开出版的图书资料 B. 大众传播媒体
C. 计算机信息网络 D. 电话调查访问

【案例分析训练】

案例分析一

广东千百度日化用品有限公司(以下简称千百度公司)位于富饶的潮汕平原,坐落于美丽的滨海城市——汕头市,是一家中马合资经营企业,其中中方持股51%,马来西亚持股49%。千百度公司成立于1991年,经过十多年的风风雨雨、艰苦奋斗,现有产品包括三大系列(洗发水、洗衣粉、香皂系列)、四大品牌(千百度、千千秀、千日香、千千净),共20多个品种,年销售收入达到2亿元人民币,是一家快速成长的活力型工业企业。

千百度公司为了推广公司即将面世的新产品,对公司生产的系列产品的需求状况进行了一次全面的市场调研。公司首先拟定了市场调研计划,将从三个方面进行本次调研活动:一是进行一次问卷调查;二是通过消费者试用产品收集意见;三是由公司的销售人员深入市场,了解消费者和经销商的相关意见。

在千百度公司所发放的问卷中,问卷设计十分具体、清晰、简单、易懂,便于公司选定的目标受众——农村城镇市场消费者的理解和作答。公司将市场调研后回收的有效问卷的信息输入计算机,依靠相应的软件进行详细地分析。在消费者免费试用方面,公司邀请了100个家庭作为调研家庭,让他们免费试用公司的产品,然后从他们那里收集各种产品的改进意见。同时,公司的销售人员经常亲自深入到市场,观察消费者购买公司产品的行为,了解他们对公司产品的意见,并深入访问经销商,询问经销商的销售状况以及对公司产品改进的建议。

在对市场调研资料进行反复比较、分析之后,千百度公司清楚地认识到:“产品质量是营销的根本,消费者需求是营销的关键。”公司不仅要保证产品的质量,更要依据



消费者对产品的价值期望和精神需要去开发、设计、生产产品，产品不仅要能满足消费者的价值期望，还要能给消费者带去高质量的精神享受。随后，千百度公司的一系列行动都是紧紧围绕着市场做文章的。首先，公司建立了一套完整的产品质量管理体系，加强产品的质量管理和控制，对于不合格的产品坚决不允许出厂；其次，重视并依据消费者的需求，加快产品的技术开发，争取生产一代、研制一代、酝酿一代，以最大限度地满足消费者的需求。

试根据案例完成以下问题：

1. 千百度公司通过本次市场调研活动，主要能收集到（ ）等方面的市场信息。
 - A. 消费者的消费特点
 - B. 市场环境
 - C. 经销商的建议
 - D. 市场容量
2. 以下（ ）是千百度公司本次获取市场信息所采用的方法。
 - A. 专家意见法
 - B. 销售人员意见法
 - C. 消费者意向调查法
 - D. 市场试销法
3. 千百度公司的销售人员经常深入市场，观察消费者购买公司产品的行为，了解他们对公司产品的意见的市场调查方法是（ ）。
 - A. 邮寄调查法
 - B. 观察调查法
 - C. 面谈调查法
 - D. 访问调查法
4. 根据千百度公司调研计划的要求，公司在哪些方面开展了市场调研活动？
5. 千百度公司在对市场调研资料进行分析之后，是怎样开展工作的？他们得出了什么样的结论？

6. 请为千百度公司设计一份能体现农村城镇市场需求特点的调查问卷。(可另纸书写)

案例分析二

常州电子仪器厂(以下简称电器厂)以前主要生产军用和工业用两类电子测量仪器。由于电子测量仪器的市场萎缩,这两类产品的社会需求量呈逐年下降的趋势。因此,电器厂决定适应外部环境的这一变化,开发新产品以取得较好的经济效益。实际操作过程中,企业的决策者没有盲目行动,而是开始全面研究国内经济的发展形势。决策层从报纸上获悉我国教育的重点是抓好基础教育,从中受到启发。电器厂组织人员调查了学校、商店、幼儿园以及文艺团体等几十个单位,初步了解到用户迫切需要一种音色优于老式风琴,且便于携带和维修的电子乐器。接着,在广泛调查的基础上,进行了需求预测分析,发现了这一个较大的潜在市场,因此,决定以电子琴作为新产品进行开发。

在确定了新产品的开发方向后,电器厂根据不同用户的需求差异进行了抽样调查。通过抽样调查,并根据市场需求情况以及竞争对手的情况,最后,电器厂决定以中小学、幼儿园为主要销售对象,开发教学型电子琴。当他们将具有风琴、双簧管、电子琴等四个音色、四组八度音阶、49键的TDQ-49型电子琴以低于国内外同类产品价格投放市场后,顿时受到了欢迎。

电器厂关于TDQ-49型电子琴的营销策略的成功,很大程度上取决于科学的市场调查,从产品平均收入、销售对象、产品功能、产品价格、产品质量、营销策略等一系列的决策中,无不反映了市场调查的重要性。厂里职工们说,市场调查是电器厂兴旺的法宝。

试根据案例完成以下问题:

1. 电器厂采用了什么样的调查方法?



2. 电器厂是怎样进行市场调查的?

3. 为什么电器厂选择开发 TDQ-49 型电子琴?

4. 为什么厂里职工们说, 市场调查是电器厂兴旺的法宝?

技能训练

市场调研问卷陈述训练

训练目的

- 1) 能搜索到一张完整的市场调研问卷。
- 2) 能清晰表达出市场调研问卷的内容。
- 3) 能总结归纳出市场调研问卷的特色或特点。
- 4) 能简要说出选择该市场调研问卷的理由。

实训作品

作品一

××市城区居民塑料袋使用情况调查问卷

××学院市场营销专业 蔡晓光

欢迎您参与我们的调查，请您如实填写，在所选选项前的方格内打“√”。

1. 您去一趟超市或菜市场购物要用多少个塑料袋？

☐ 1~3 个

☐ 4~6 个

☐ 6 个以上

☐ 其他_____

2. 您使用塑料袋的原因是什么？【可多选】

☐ 方便

☐ 卫生

☐ 便宜

☐ 其他_____

3. 您把塑料袋拿回家后干什么用？【可多选】

☐ 装食物

☐ 当垃圾袋

☐ 直接扔掉

☐ 其他_____

4. 您知道塑料袋对环境的危害吗？

☐ 很清楚

☐ 知道一些

☐ 不知道

5. 您有没有重复使用塑料袋的习惯？

☐ 有

☐ 没有

☐ 有时有，有时没有

6. 国务院要求从 2008 年 6 月 1 日起使用塑料袋要收费，您认为应不应该对使用塑料袋进行收费？

☐ 应该

☐ 不应该

☐ 其他意见_____

7. (上一题选择“应该”或填写“其他意见”的才回答本题) 您认为每个塑料袋收取多少钱比较合适？

☐ 0.1 元

☐ 0.2 元

☐ 其他_____

8. 没有塑料袋会影响您的生活吗？

☐ 会

☐ 不会

☐ 有时会，有时不会

9. 塑料袋从 2008 年 6 月 1 日起开始收费后，您会用其他东西代替塑料袋吗？

☐ 会，用什么代替？_____

☐ 不会，为什么？_____

☐ 看情况而定，什么情况下会用其他东西代替？_____

10. 您对使用塑料袋的意见或建议：_____

感谢您参与我们的调查，希望您节约使用塑料袋，保护好××市的环境！

××学院

2009 年 2 月



作品二

××手机顾客满意度调查问卷

××学院市场营销专业 李灿伟

尊敬的顾客:

您好!

值此新春佳节之际, ××手机感谢您对我们公司的大力支持, 并祝您新年快乐! 万事如意! 全家幸福! 为了继续为您提供更好的产品与服务, ××手机恳请您参加本公司组织的这次顾客满意度调查, 以评价××手机为您提供过的产品或服务的实际质量, 并请您提出宝贵的意见, 以便我公司在以后的日子里继续提高和改进, 更好地为您服务!

Q1 姓名:

Q2 年龄:

Q3 性别:

1. 当您选购手机时, 您大多会选: ()。
 - A. 诺基亚
 - B. 三星
 - C. 摩托罗拉
 - D. 联想
 - E. 其他
2. 您选择该品牌手机的原因是: ()。
 - A. 价格便宜
 - B. 性能好
 - C. 款式好
 - D. 质量好
 - E. 其他
3. 您会选择哪种款式: ()。
 - A. 直板
 - B. 滑盖
 - C. 翻盖
 - D. 其他
4. 您理想的购机价位是: ()。
 - A. 1000 元以下
 - B. 1000~2000 元
 - C. 2000~3000 元
 - D. 3000 元以上
5. 您是否了解××手机? ()。
 - A. 不了解
 - B. 一般
 - C. 了解
 - D. 很了解
6. 您是在哪里得到××手机相关信息的? ()。
 - A. 报刊杂志
 - B. 广告电视媒体
 - C. 亲朋好友介绍
 - D. 其他
7. 您是否看过××手机的广告? ()。
 - A. 是
 - B. 否
8. 您对其广告的看法如何? ()。
 - A. 差
 - B. 一般
 - C. 好
 - D. 很好

9. 您是否满意××手机的售后服务? ()。
- A. 满意 B. 一般 C. 不满意
10. 您的月收入是: ()。
- A. 800 元以下 B. 800~2 500 元
- C. 2 500~3 500 元 D. 3 500 元以上
11. 您的学历是: ()。
- A. 高中或高中以下 B. 大专
- C. 本科 D. 本科以上
- E. 其他
12. 您对××手机还有什么样的意见或建议? ()。
- A. 价格要便宜 B. 外观要改进
- C. 售后服务要改进 D. 质量要提高
- E. 其他(请陈述_____)

谢谢您的配合与支持! 您提供的资料, 我们绝对不对外公开!

2009 年 2 月

市场调研问卷撰写训练

案例背景

江西泉美矿泉饮品有限公司(以下简称泉美公司)是于 1997 年成立的一家生产“泉美”牌深层矿泉水的公司。经过 10 多年的努力, 公司有了长足的发展, 鉴于矿泉水市场竞争过于激烈, 企业发展空间日趋缩小, 为了有效拓展公司的发展空间, 增强公司的市场竞争力, 公司决定于 2009 年 5 月投产开发一种矿泉茶饮品, 该产品是以深层矿泉水和优质高山茶叶为原料, 利用高科技技术进行生产的, 该矿泉茶饮品具有丰富的矿物质和高山茶元素, 能有效地促进食物消化和营养吸收, 是一种兼具保健和减肥的绿色饮品。公司希望能深入、详细地了解该产品的消费者需求、市场竞争状况等信息, 于是决定由公司市场营销部牵头开展一个月的市场调查活动。

请以公司市场营销部的名义向公司董事会和总经理提交一份开展市场营销调研的调研计划书和市场调查问卷。

目的要求

- 1) 能认识并实现组织分工与团队合作。
- 2) 能撰写出符合格式要求的市场营销调研计划书。
- 3) 能设计出符合营销目标要求的调研问卷。
- 4) 能整理总结出市场营销调研课题分析报告。
- 5) 能清晰地口头表达出市场营销调研实训心得。



实训作品

【调研计划作品】

作品一

泉美矿泉饮品市场营销调研计划书

××学院市场营销专业 蔡煜斌

一、调查项目

深入了解新产品矿泉茶的消费者需求、市场竞争状况等信息。

二、申请部门

泉美矿泉饮品有限公司市场营销部。

三、调查目的

通过市场调查,了解泉美矿泉茶的目标市场与该市场的竞争状况,为新产品的上市制订出一套提高新产品市场竞争力和扩大泉美矿泉饮品销售量的方案,经公司上级部门批准全面实施。

四、存在问题

公司成立至今,鉴于矿泉水市场竞争过于激烈,企业发展空间日趋缩小。为了提高公司的市场竞争力,现决定投产新产品——矿泉茶。矿泉茶产品为公司新研发的产品,公司对其目标市场不了解,需对其市场前景状况进行市场调查。

五、调查组织

由公司市场营销部负责组织 12 人组成市场调查小组,到江西省的赣州、南昌、萍乡、宜春、上饶、新余、吉安、井冈山、会昌、抚州、九江、景德镇等地进行市场调查。时间暂定为 30 天。

六、调查方法

拟定一份市场调查问卷,印刷一万份,选择 12 个城市的主要干道,采取街头随机调查的形式进行问卷调查,摸清市场状况。

七、调查期限

2009 年 3 月 20 日~4 月 18 日,共计 30 天。

八、经费预算

项 目	金额/元	计 算 依 据
差旅费	54 000	每人每天的开支为 150 元
文印费	2 000	每份调查表的印刷费用为 0.2 元
出差补贴	10 800	每人每天补贴 30 元
其他费用	2 000	
合 计	68 800	

江西泉美矿泉饮品有限公司市场营销部

2009 年 3 月 1 日

作品二

“泉美”牌矿泉水市场调研计划书

××学院市场营销专业 林育娜

一、调查项目

如何深入、详细地了解矿泉水的消费者需求、市场竞争状况。

二、申请部门

江西泉美矿泉水饮品有限公司市场营销部。

三、调查目的

通过市场调查，制订一个深入、详细地了解矿泉水的消费者需求和市场竞争状况的方案，经公司董事会和总经理部批准全面实施。

四、存在问题

鉴于矿泉水市场竞争过于激烈、企业发展空间日趋缩小等因素，经分析，应扩展发展空间，拟开发投产一种矿泉水绿色饮品，但暂未能深入、详细地了解该产品的消费者需求和市场竞争状况。

五、调查组织

经董事会和总经理部研究决定，由公司市场营销部负责组织八人组成市场调查小组，到江西省的南昌、九江、景德镇、吉安、赣州、上饶等地进行市场调查。

六、调查方法

拟定好市场调查问卷，印刷 4000 份（彩色的），选择以上城市的广场、超市、步行街、公园等地进行问卷调查。

七、调查期限

2009 年 3 月 10 日~4 月 6 日，共计 30 天。

八、经费预算

项 目	金额/元	计 算 依 据
差旅费	36 000.00	每人每天的开支为 150 元
文印费	1 600.00	每份调查表的印刷费用为 0.4 元
出差补贴	12 000.00	每人每日补贴 50 元
其他费用	3 000.00	
总 计	52 600.00	

江西泉美矿泉水饮品有限公司市场营销部

2009 年 3 月 1 日



【调研问卷作品】

作品一

泉美矿泉饮品有限公司市场调查问卷

××学院市场营销专业 吴蕊玫

尊敬的客户:

您好! 本公司为了了解市场以便推出新产品, 恳请您参加本公司的问卷调查, 请如实填写, 提出您的宝贵意见, 您将有机会获得本公司赠送的精美礼品, 感谢您的支持和配合。

姓名:

性别:

年龄:

职业:

Q1. 您了解或喝过本公司的饮品吗?

A. 有

B. 没有

Q2. 您在选择饮品时注重哪方面?

A. 口味

B. 价格

C. 功能

D. 品牌

E. 其他

Q3. 您比较喜欢什么质地包装的饮品?

A. 塑料瓶

B. 玻璃瓶

C. 纸盒装

D. 其他

Q4. 您心目中饮品的理想价位是多少?

A. 3元以下

B. 3~5元

C. 5元以上

Q5. 您最近饮用饮品的频率是?

A. 一周2~3次

B. 一周3次以上

C. 一周1次

D. 其他

Q6. 您爱喝什么味道的饮品?

A. 甜

B. 微甜

C. 微苦

D. 其他

Q7. 您常喝什么类型的饮品?

A. 汽水型

B. 茶类饮品

C. 运动饮品

D. 其他

Q8. 您喜欢什么品牌的茶类饮品?

A. 康师傅

B. 统一

C. 雀巢

D. 其他

Q9. 您一般是通过什么渠道了解新产品的?

A. 朋友推荐

B. 广告

C. 店员介绍

D. 其他

Q10. 您比较喜欢哪种促销方式?

A. 商场免费试喝

B. 作为另一种产品的赠品

C. 折价优惠

D. 举行抽奖

E. 其他

本公司将推出一种具有保健和减肥功能的茶类饮品，您认为前景如何？

再次感谢您参加本公司的调查，我们绝不会对外公开您提供的一切内容！

泉美饮品有限公司

2009年3月10日

作品二

“泉美”牌矿泉茶饮品调查问卷

××学院市场营销专业 林育娜

尊敬的顾客：

您好！

本公司近期将强力推出一款兼具保健和减肥功能的绿色饮品，为了更好地为广大顾客提供服务，欢迎您参与我们的调查，请您如实在所选选项前打“√”。

1. 您平时选择的是哪款绿色饮品？

A. “泉美”牌矿泉茶饮品

B. 统一

C. 康师傅

D. 雀巢

E. 其他

2. 您是通过什么渠道知道“泉美”牌矿泉茶饮品的？

A. 视频广告

B. 熟人介绍

C. 杂志周刊

D. 其他

3. 您对本款矿泉茶饮品包装的评价如何？

A. 非常好

B. 比较好

C. 一般

D. 其他

4. 您觉得本款矿泉茶饮品的口感如何？

A. 挺好的

B. 较好

C. 一般

D. 其他

5. 您觉得本款矿泉茶饮品价格的接受程度如何？

A. 挺好

B. 较好

C. 一般

D. 其他

6. 您觉得本款矿泉茶饮品的哪一部分吸引您？

A. 口感

B. 包装

C. 保健效果

D. 其他

7. 您平时多选择哪种类型的饮料包装？

A. 大瓶装

B. 易拉罐装

C. 小瓶装

D. 纸盒装

8. 您饮用后是否达到了预期效果？

A. 效果明显

B. 效果一般