# 大学生营销大赛总结

来源：网络 作者：枫叶飘零 更新时间：2025-03-07

*大学生营销大赛总结汇总5篇我们在一些事情上受到启发后，马上将其记录下来，这么做可以让我们不断思考不断进步。大赛总结应该怎么写才合适呢？以下是小编整理的大学生营销大赛总结，欢迎大家借鉴与参考!大学生营销大赛总结（篇1）为了丰富在校大学生们的校...*

大学生营销大赛总结汇总5篇

我们在一些事情上受到启发后，马上将其记录下来，这么做可以让我们不断思考不断进步。大赛总结应该怎么写才合适呢？以下是小编整理的大学生营销大赛总结，欢迎大家借鉴与参考!

**大学生营销大赛总结（篇1）**

为了丰富在校大学生们的校园生活，增加学识与锻炼自身能力以及团队协作能力，我协会特意举办了一场网络营销大赛。本次活动分别邀请市场营销协会、物流协会等一起举办了一场别开生面的比赛并取得圆满成功，现将其具体内容汇报如下：

（一）活动主题：

网络营销大赛

（二）活动地点：

河南工程学院南区Ａ302室

（三）活动准备：

1、教室申请2、场地装饰及布置

3、邀请评委及嘉宾

4、对协会各个成员进行工作分工安排（主持人、会场秩序人员、总分人员、签到人员、接待人员等等）

5、准备奖品（四）活动步骤（内容）：

1、邀请校外讲师来校进行讲座，宣传网络营销知识，为该活动造势。

2、参赛队员为他们的团队起队名和口号。

3、参赛队按既定小队对本活动的四个主题进行抽签分类，并下去各自准备写一份策划书。

4、通过的小队将策划书改编制作为ｐｐｔ作品进行解说和解答，最后进行评比及删选。

5、再次通过的小队将所展示的ｐｐｔ加入应用实例，要求有实际产品作展示，进行最后的评比及删选。

（五）活动的优点：

1、本次活动丰富了大学生的校园生活，激发了大学生学习和参与的热情，获得了身心上的锻炼。

2、加强了我协会与其他协会的`联系、交流与认可，扩大了我协会的影响力。

3、协会内部人员分工具体，团结协作，增加了相互之间的友谊与信任，增强了协会的凝聚力。

4、在活动中涌现了许多负责任、做表率等品行良好的模范成员。

活动宣传现场，物流协会，市场营销协会，电子商务协会，的会员一起念宣传稿，三个协会成员向会协作，共同宣传本次网络营销大赛。

活动现场，参赛队员精彩演讲。

（六）活动的不足：

1、活动宣传力度还不够，以及没考虑到假期问题致使本次活动举办时间稍长。

2、仍然存有一些同学积极性不高，准备不足。

3、活动期间，其他活动举办较多，一定程度上影响该活动的预期效果。

（七）活动结果及意义：

本次活动虽然有不足之处，但总体上获得了圆满成功。通过活动，协会的成员之间以及与其他协会之间有了进一步的交流和联系，为一次合作奠定了基础：此外，本次活动增进了同学们对网络营销的认识，激发了其对网络营销的兴趣与喜爱，提升了大学生的思想水平和创新能力，使他们在团队协作条件下更刚好的激发潜力、发展自我、展示自我。

**大学生营销大赛总结（篇2）**

时间飞逝，转瞬间就到了5月的中旬，我们为期半个月的训练加比赛也告一段落。记得4月份刚刚接触市场营销沙盘的时候，还什么都不懂，还在为操作晕头转向，还在为规则抓耳挠腮，从无知到运用自如，时间见证了我们的成长。

通过5月众多的网赛以及后面的省赛，让我们真正见识到人外有人、天外有天。也让我们认识到与强队之间的差距。其中，主要以以下几个方面为主。首先，在比赛过程中每个小组成员原则上来说是分担公司中的重要职务，应该各司其职，做好沟通，群力群策，通力合作。但是我们在比赛中并没有表现出很强的凝聚力，虽然小组成员出发点都是想凯旋而归。但是实际操作的时候，都各抒己见，没有领导核心，这就是导致我们止步国赛的重要原因之一。但是这和我们平时练习的方式是分不开的，因为我们训练是以单人操作为主，并没有太注重团队合作，导致我们比赛的时候缺乏团队合作精神。这也告诉我们，团队的力量是不容忽视的，不但要发挥团队中每一成员的主观能动性，还应该确立出团队的核心思想。只有这样，在关键时刻才不会乱。

其次，就是市场的地位，市场决定着企业进入市场的姿态以及未来的发展。根据市场调研报告给出的数据，销售渠道有直销、批发、零售三个，零售人群有习惯型、冲动型、理智型、情感型、经济型、不定型六大类，而不同的人群购买产品的出发点都是不一样，习惯型主要以媒体广告投放、冲动型以产品的功能、理智型以企业综合指数、

情感型则是忠诚度、经济型则是商品价格、不定型注重的则是优惠政策。我们的企业主要针对哪类人群或者哪几类人群，都必须要做好分析和定位，而不是盲目的去做。比如说我们高广告投入抓习惯型消费人群，但是广告只是针对习惯型人群，竞争又非常大。因此花大成本去抓单一消费人群是不划算的。如何抓消费人群，包括后面的定价策略、促销策略，媒体广告投放，都是需要严谨分析得出的数据作为强有力的后盾支持。而我们在比赛的时候，并没有细心严谨去计算，依据数据做下一步的决策。在比赛中，我们的定价和配货中出现很多问题，对于定价和配货我们应该考虑到市场覆盖率、市场反应周期、销售周期、便利指数、到货周期、回款周期等诸多因素。但是我们并没有考虑得太多，都是根据平时训练的时候积累的经验而随意定价、随意配货。主要原因是因为我们平时训练的时候一个人经营一个企业是忙不过来计算，形成了惯性思维，比赛的\'时候，四个人就不知道该做什么，感觉特闲。这也是我们不能进军国赛的重要原因之一。

再者，企业在激烈的市场竞争中，或多或少的都会面临着设备老化、市场单一以及产品单一等各种挑战。所以做好经营计划至关重要，这是整个企业经营的重中之重。经营计划包括厂房和生产线购买计划、原材料的采购计划、产品的研发计划、市场的开发计划和零售合作计划等。而这些都不是一成不变的，每个企业的决策都必须根据企业自身的经营现状采取不同的战略并根据对手所占市场份额及时调整经营战略。在决赛的时候，我们制定非常详细的经营计划，比赛的时候就是按照制定好的计划进行经营，包括产品的组合、广告的投放、

产品的生产等，我们都计划得很好。但是计划真的是赶不上变化，市场状况瞬息万变。所以说，计划没有必要制定得太详细，只需制定大体的经营策略，而且还要多制定几套备用计划和应急预案。更重要的是，在企业经营过程中，不能按照常理出牌，按部就班的经营，这样做的话对手很快便分析出我们的经营战略。我们要时不时变换经营策略，制造些小惊喜出来，让对手猜不出我们下一步要做什么。混淆视听，掩人耳目，从而达到瞒天过海的目的。在这次省赛的时候，比赛太过于实在也是我们输掉决赛的重要因素。

最后，还有一个很重要的因素，在平时的训练的时候，我们没有自己的操作软件，只能依靠别人，自己不能组织网赛。其实组织网赛有一个很大的优势就是，可以通过主控端口分析其他小组的经营策略，从而优化自己的策略。这是参赛小组所不能看到的信息。在此我们也提一个小小的建议，希望学院可以采购这个软件。不仅仅是为了组织网赛分析数据，而是为了让营销类专业的同学们学到更多的知识。

通过这次比赛我们学习到了许多，通过这个模拟经营的企业，我们熟悉了企业经营的流程。同时，也在比赛中发现了我们自身的诸多不足之处。在以后的学习和生活中，我们会努力的解决自己的问题，改正自己的不足，为以后的人生做一个好的铺垫。

**大学生营销大赛总结（篇3）**

为推进我行\_\_卡业务进一步发展，提高\_\_卡发卡量，提高我行“\_\_卡”使用率，我行借助\_\_卡发卡一周年之际，举行了\_\_商业银行\_\_卡发卡一周年营销活动，以加大了对银行卡营销工作力度，进一步\_\_商业银行\_\_卡品牌形象，扩大了社会影响力，收到了良好的宣传促销和社会效果。现将一周年营销活动情况汇报如下：

一、\_\_卡发卡一周年营销活动方式

本次\_\_卡一周年营销活动，为了达到更好的营销效果;我部从多方面考虑，通过四种营销活动方式相结合的形式进行了宣传，一是从高端客户着手，寻找高端客户，通过向高端客户发放礼品的形式进行宣传;二是从提高发卡量着手，通过在活动期内，客户到我行开卡即送礼品的形式进行宣传;三是从提高手续费收入着手，在营销活动期间内，持卡客户通过刷卡消费后，持消费小票到我行领取相对应的礼品的营销方式进行了宣传;四是通过悬挂宣传条幅、实地宣传、发放折页、张贴海报的`方式进行了银行卡宣传。本次营销活动取得一定的成效，\_\_卡数量、\_\_卡手续费收入、卡内活期存款余额都有大幅的提高。激发了持卡人刷卡的欲望和需求。

二、营销活动的情况

通过30多天的\_\_卡促销活动，极大地推动了我行\_\_卡消费结算交易额的快速增长，进一步提升了我行\_\_卡对全社会的品牌影响力，达到了促销活动的预期目的。据统计，20\_\_年3月25日-20\_\_年4月26日\_\_卡一周年活动期间，\_\_卡卡量增加张，银行卡POS消费笔数10659笔，POS消费金额4115、80万元，取得POS消费手续费收入30657、14元。

三、营销活动带来的社会效应

通过本次\_\_卡一周年宣传活动，通过各种途径大力宣传，营造声势，增强了\_\_卡市场竞争实力，有效的促进了持卡人的用卡积极性，培养了持卡人的用卡意识和习惯，提高了\_\_卡的知名度”，同时也进一步拉近了同业潜在客户群体距离。发展空间进一步拓宽，同时该项活动的有效开展也带动了存款余额等其他业务快速发展。

四、营销活动中的不足之处

(一)此次营销活动没能更全面更广泛的宣传\_\_卡业务，在兑奖过程中发现，来我行前台办理其他业务的客户反映不知道我行开展了\_\_卡宣传活动。

(二)在兑奖过程中，前来兑奖的客户抱怨刷卡的时候没营销兑奖活动，不刷卡的时候有营销兑奖活动，客户不能时刻了解到我行的营销活动情况，不能有效的刺激客户刷卡积极性。

五、建议

(一)建立更广泛的宣传机制，下一步将组织我行人员更广泛更深入的宣传我行\_\_卡业务，通过走访社区、商场，酒店、大型超市进行宣传。

(二)建立完善的积分系统和兑奖机制，建议我行应建立积分系统，以方便制定长期的积分机制和规定的兑奖时间和礼品种类，以激励客户长期使用我行\_\_卡进行刷卡消费，给我行带来长期的收益，更好发展我行\_\_卡业务。

**大学生营销大赛总结（篇4）**

作为一名基层客户经理，整天面对客户，不知不觉中慢慢的发现在与客户聊天营销贷款时总会有意无意的加上一句，“你啥时候把你的卡拿来，我把手机银行等功能都给你开通，你在屋里就能转钱，方便的很!”

的确，电子银行的推广已经成为我们日常工作的重要部分，相对于竞争对手来说，我们的电子银行业务起步比较晚，这就更要求我们抓住时机，努力做好营销推广工作。根据我们自身服务区域和服务群体的特点，来为客户提供更加便捷的服务。在日常工作中，为了推动电子银行业务更好发展，我觉得应在以下几点多下功夫。

一、“磨刀不误砍柴工”。

要做好营销推广，准备工作最为关键。首先要了解什么是电子银行业务，电子银行业务是指银行业金融机构利用面向社会公众开发的通讯通道或开放型公众网络，以及银行为特定自主服务设施或客户建立的专用网络，向客户提供的银行服务。我们要全面了解电子银行的特点，这样在客户咨询的.时候，才能做到对答如流，体现我们的专业性。在向客户推广营销之前，我们必须了解目前电子银行业务的诸多好处，比如“随时随地”，“不用在柜面排队，节约时间”，“跨行转账免费”等亮点，以此来吸引客户，客户一般也都会乐于接受。

二、“要想说服别人，首先说服自己”。

虽然目前电子银行业务已经推广了一段时间，客户也或多或少的对电子银行业务的便捷性有所了解，但对于初次接触的人来说依然是

困难重重，疑惑不少。最好的解决办法就是首先我们自己先学会使用，切身感受到电子银行的便捷性。通过自身对电子银行业务使用，认识到这不仅是为客户提供了便捷的支付手段，更是也为客户打造一个集转账支付、电话缴费、定期储蓄理财于一身方便快捷的资金管理平台。然后再通过实际向客户演示，手把手的操作示范，才会渐渐打消客户对电子银行业务的担忧，帮助他鼓起勇气，自己学会操作。

三、“酒香也怕巷子深”。

俗语说“酒香不怕巷子深”，但在目前竞争日益激烈的农村金融市场，却恰恰相反。虽然我们的电子银行业务有诸多好处，但目前各大商业银行早已推出了内容丰富的电子银行产品和服务，并且宣传方式也五花八门。而我们的营业网点大部分都在乡镇，面对的客户也大多是文化程度较低。这就更加要求我们要加强电子银行业务的宣传工作，通过印制一些通俗易懂、形象直观的宣传彩页，定期举行一些宣传推广活动，来向我们的客户讲解电子银行产品的优势和便利性，扩大电子银行业务的宣传面。

四、“因人而异，量体裁衣”。

我们在电子银行业务的推广中，要善于发掘和筛选电子银行潜在客户，比如接受新事物能力比较强的年轻人、学生，有一定文化水平的机关团体政府工作人员，对于资金结算有频繁交易需求的商户等。这几类人由于自身的特点对电子银行业务比较容易能够接受，因此要作为电子银行业务推广的重点客户加强营销。通过对这几类人的推广，使他真实感受到电子银行的方便性，他也会乐意的推荐给他的朋友，从而扩大电子银行业务的覆盖面。

以上只是我个人在电子银行业务推广工作中总结的一点小小心得，希望与各位同事沟通、交流，为农信社电子银行业务的飞速发展努力奋斗。

**大学生营销大赛总结（篇5）**

国移动全体员工：

大家好！

一年一度的校园活动就要开始了，今天，我很高兴能和大家一起召开我们20\_\_年校园活动动员大会。

我作为党员代表，深知党员身负的历史使命和责任。中国共产党是拥有8260。2万党员的执政党，是全国各族人民利益的忠实代表，是社会主义事业的领导核心，党的最高理想和最终目标是实现共产主义。最为党员要具备强烈的社会责任感和对时代的使命感，有较强的为党和国家、为社会、为他人服务的奉献精神。大家要以优秀共产党员、先进模范人物为榜样，把自己的命运和前途同党和人民的利益要求结合起来，全面提高自身素质，争做“有理想，有道德，有文化，有纪律”的“四有”新人。

过去的一年，在全体员工的共同努力下，移动公司的工作取得了一定的进展与成绩，这些成绩的取得是全体员工齐心协力、艰苦努力、拼搏奉献的结果。为此，我为大家的尽职尽责、兢兢业业而表示感谢，为大家的团结奋斗、精诚合作而感到欣慰，更为大家的积极进取、勇创佳绩而备感骄傲。在此，我代表公司领导，向在座的各位同事表示衷心的感谢！

又是一年一度的校园活动日，这是我们移动公司吸收客户的`黄金时节，每年的这个时候是我们移动公司发展新客户的最好时机。今天的会议，是一个集力量、鼓干劲的动员会。虽然在过去的一年我们取得了一定的成绩，但是我们要走的路还很长。

在这里，我希望在校园活动期间：

第一，希望大家，积极努力，

齐心协力，精诚团结。我们为了一个共同的目标，为了移动公司的良好发展和我们自己的进步而凝聚在一起。只有我们积极配合公司，才能为公司创造更多的效益。团结就是力量，只有团结，才能保证各项工作的顺利进行。

第二点，希望大家做到，忠于职守，尽职尽责，良好服务，满意100。我们的整个公司就像一部大机器，每个人就像机器上的一个零件，每个人都有他的位置和作用。我们的全体员工，也都要发扬主人翁的精神，趁校园活动加大对公司的宣传力度，用我们良好的服务赢得客户的信赖。

各同事，让我们在总经理的正确领导下，在各级管理人员的带领下，在全体员工的共同努力下，我们团结一致，顽强拼搏，开拓进取，为全面完成20\_\_年各项目标任务而努力奋斗！

谢谢大家。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！