# 企业产品营销论文范文通用5篇

来源：网络 作者：空山新雨 更新时间：2024-12-02

*企业产品营销论文范文 第一篇一、公司简介本公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。本公司以生产绿色产品为主(包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品)，创建于20\_年1月，产品一经推出就受到广大市民的好...*

**企业产品营销论文范文 第一篇**

一、公司简介

本公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。

本公司以生产绿色产品为主(包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品)，创建于20\_年1月，产品一经推出就受到广大市民的好评，现在，本公司已创立了自己的品牌，产品畅销全国。

二、公司目标

1.财务目标今年(200x年)，力争销售收入达到1亿元，利润比上年番一番(达到3000万元)。

2.市场营销目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

三、市场营销策略

1、目标市场中高收入家庭。

2.产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4R策略。

3.价格价格稍高于同类传统产品。

4.销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5.销售人员对销售人员的招聘男女比例为2:1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

9.研究开发开发绿色资源，着重开发无公害、养护型产品。

10.营销研究调查消费者对此类产品的选择过程和产品的改进方案。

通过实施交互式营销策略，提供满意的顾客服务。主要工具有电子邮件、电子论坛，常见问题解答等。

六、管理：

制定了良好的发展战略，接下来就需要有可行的推进计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：

1.确定负责部门、人员、职能及营销预算:

**企业产品营销论文范文 第二篇**

>一、我国农产品市场营销的现状

农产品市场建设发展迅速

我国农产品市场发展迅速，类别繁多，包括粮油市场、蔬菜市场、水产品市场、肉食禽蛋市场、干鲜果品市场等。农产品市场数目基本稳定，交易额稳步上升，这主要是因为我国农产品交易市场在经历了几十年高速增长和规模扩张后，现正逐步实现从数量扩张向质量提升，流通规模上台阶，市场硬件设施明显改善，商品档次日益提高，市场运行质量日趋看好。

农产品批发市场成为农产品流通的主渠道农产品市场覆盖了几乎所有的大、中、小城市和农产品集中产区，基本形成了以城乡集贸市场和农产品批发市场为主导的农产品营销渠道体系，构筑了贯通全国城乡的农产品流通大动脉。目前大、中、小城市消费的生鲜农产品80%～90%是通过批发市场提供的，农产品批发市场的大力发展，对于搞活农产品流通、增加农民收入、满足城镇居民农产品消费需求发挥着积极作用。

以配送、超市、大卖场等为主的现代流通方式发展势头迅猛

>二、市场分析

1、顾客来源

作为农村，以前的顾客也就局限于当地小市场以及家人自己享用，但随着社会经济的发展，城市的扩大，城市以及其他一些地方的农产品需求量不断增大，但是农村越来越少，所以我们农村的顾客就越来越多，包括城区家庭、餐营业、副食业等。所以从顾客方面来说，我们的发展前景是可观的。

2、面临的竞争对手

目前面临的主要竞争对手就是很多地方在运用先进科学技术进行农产品的培育，在城市也有很多的地方有这样的场地。现在看来这是市场发展趋势，科学地运用技术来服务生活，但是，即便技术再好也没有农村天然的农产品营养来得好，而且现在的农村也在接受新技术，更科学的方法加上原始的天然性种植，将是更好的农产品。

此外，现在的各大超市也在开始售卖农产品，在一定程度上与我们形成了竞争关系，但从另一方面来说，他们也是我们的顾客之一。

3、营销优势与劣势以及解决措施

优势：天然与科学的种植方法;新农村的发展带来农村的发展;农民认识与技术的发展;农村与城市结合的发展趋势;人们对生活品质与健康饮食的渴望与需求量增大;等等。

劣势以及解决措施：

1)、农村与城市距离远，不便于货物运输;措施：现在我们农村自己出钱出力，修起了自己的公路，与城市连接更加紧密，便于货物运输。

2)、有些货物保存时间有限，以前农村保存措施虽然可以，但如果长时间没有商家订货，将导致货物囤积而坏;措施：现在农村在接受新技术，当然也包含了一些存货措施，加上农民也懂得想办法来保障自己的利益不受损害。

3)、品种多但是不奇，农村以前有的都是一些很平常的农产品，不能很好的满足城市人的需求;措施：多于城市接触，了解城市人对农产品的需求，从而增加农村的种植范围与品种。

4)、与企业联手。达到双赢局面。

>三、经营策略

1、农产品市场经营观念创新经营

农产品营销创新的先导为了实现诸如利润、销售增长率等目标，农产品经营者必须进行市场调研、产品开发与农产品储运、销售等一系列与市场有关的经营活动。在从事这些活动时，应当以什么样的理念为指南，应当如何处理企业、顾客、社会之间的利益关系，就成为任何企业或生产经营者必须首先回答的问题。对于这一问题的回答，就构成一个企业的市场经营观念，也称营销治理观或市场营销观。它是决定企业生产经营活动方向的指南，也是为经营者在组织和谋划企业的市场营销时的指导思想和行为准则，概括了企业的经营态度和思维方式，贯彻于企业市场营销活动的全过程之中。

2、农产品营销战略与策略创新经营

运销观念指导下，农产品生产经营主要依靠农产品的储存与运输、推销与促销等手段来实现扩大销售。农产品市场营销观念则通过协调市场营销即围绕目标市场需求的变化，综合地运用各种营销战略与策略，并加以优化组合，不断创新，通过比竞争对手更加有效地满足目标市场的需求来实现企业增长和利润的实现。

第一，应该充分重视战略性营销，用好“市场探查”、“市场分割”、“市场优先”、“市场定位”等战略性4组合。农业产业化经营必须源于对农产品消费需求的深入探查和仔细研究，通过市场研究，寻找潜在需求，捕捉市场机会。根据一些细分变量来分割市场，进行比较、评价，选择其中一部分作为自己为之服务的目标市场，针对它的需求特点开发适宜的产品，制订合适的价格、渠道、促销策略，实现产品的既定目标。

第二，充分利用好“产品策略”、“价格策略”、“渠道策略”、“促销策略”等战术性“4组合。，高绩效的市场营销活动不仅在于这四大策略的灵活运用和不断创新，而且在于灵活运用和有效组合每一个组合策略，形成动态优化组合，协调一致为顾客需求服务。

第三，要积极应用“政治权利”和“公共关系”。由于农业是弱质产业，比较利益低下，资金紧张，农业产业化经营系统一般难以进行广泛的宣传和促销，往往要充分依靠“政治权利”和“公共关系”这两个策略。一方面，积极利用政府力量，获得宣传支持，引导百姓和城市人消费，扩大有效需求。另一方面，农业产业化经营系统应积极参与社会活动，改善与社会各界的关系，树立良好的形象，获得社会各界的关心和支持，通过公共关系达到宣传促销目的。农业产业化经营系统可以利用报纸、电视台等大众媒体以及其他社会机构为农产品营销创造有利的外部环境。

具体营销策略如下(从企业销售农产品出发)：

一农产品营销的新产品开发策略

农产品和任何事物一样，有着出生、成长、成熟以至衰亡的生命周期。因此，企业不能只顾经营现有的产品，而必须防患于蔚然，采取适当步骤和措施开发新产品。它是企业提高竞争力的重要因素，也是企业市场营销活动的主要任务。新产品开发过程一般包括新产品构想的形成、新产品构想的筛选、概念产品的形成与检验、经营分析、制出样品、市场试销、正式生产投放市场。新产品开发成功以后，还需上市成功，这意味着新产品被消费者采用并不断扩散。

新产品开发是从营销观念出发所采取的行动，因此首先必须是适应社会经济发展需要，试销对路的产品。没有市场的产品，对企业而言再新也没有意义。消费者对奇形异彩农产品需求，使一个产品多种式样，成了新的消费动向，如乌骨鸡、黑小麦等农产品虽分别属鸡、麦类，但因为其颜色非凡，药用价值较高，不仅市场销路好，而且经济效益高。因此，新产品要有自己的特色适应和满足消费者需求的新变化。

二农产品营销价格策略

农产品价格的制定可分为两大类：一类是政府定价，另一类是农产品经营者定价，依据农产品质量、市场供求状况等因素决定其价格。农产品定价目标与程序以农产品生产经营者对其产品是否具备定价权力为前提条件。在市场经济下，为了刺激顾客的消费行为，通常要对基本价格作适当的调整。如价格折扣与折让，即实行让利。抓住顾客的心理进行促销定价。

三农产品营销品牌化策略

品牌是由名称、术语、标记、符号或图案等要素组合而成的，用于体现某个销售者或某钟产品或服务的独特性，并使之与其他销售者的产品和服务相区别，借以促进销售的记号。品牌在市场竞争中的作用并不仅仅表现在农产品的识别功能上，虽然农产品的质量性能和企业的市场信誉能够首先通过品牌传导给消费者，但品牌尤其是品牌的功能，更多的是它的市场影响力，是它带给消费者以信心，它在带给消费者物质享受的同时，还带给消费者一定的精神享受。品牌的这种非凡功能构成了品牌农产品所特有的市场竞争力。任何农产品加工企业都不能忽视品牌战略的重要性。创驰名品牌是解决农产品卖难和提高农民收入的根本途径品牌是高价格的基础，驰名品牌会给企业带来高额利润;品牌是产品竞争优势的基础，驰名品牌具有强大的竞争力;品牌是吸引新消费者，留住老消费者的有利武器;品牌能够提高企业营销计划的执行效率;品牌是促进产品扩张，促进贸易的有力杠杆。

⒈以名创牌。对市场竞争力强的优势产品实行商标注册。创牌既是为了宣传，扩大影响，同时也是为了保护品牌。

⒉以质创牌。严格按照质量标准生产、提高产品品位。

⒊包装创牌。美化农产品外表。

⒋加大创牌宣传力度，树立良好品牌形象

⒌做好名牌保护工作

>四、农产品加工化策略

农产品加工是指以农业生产中植物性产品和动物性产品为原料，通过一定的工程技术处理，使其改变外观形态或内在属性的物理及化学过程;同时也是通过一定的治理技术处理，使其由初级产品转变为制成品，连接农业生产与居民消费的经营过程。目前，农产品中直接能够进入生活消费及工业生产的种类并不多，因此，农产品加工是不可或缺的产业。

>五、农产品促销策略

农产品促销是指农业生产经营者运用各种方式方法，传递产品信息，帮助与说服顾客购买本企业的产品，或使顾客对企业产生好感和信任，以激发消费者的购买欲望，促进消费者的消费行为，从而有利于扩大农产品的销售。农产品促销有广告推广、人员推销、关系营销、营业推广四种形式。在进行农产品营销的时候要把促销策略灵活运用，与顾客建立长期关系，培养一批忠诚的顾客群。

>六、农产品营销渠道策略

1.农产品批发市场的价值链有待延伸，走垂直一体化道路。一方面有助于寻找到新的利润点，开拓发展空间，快速做大做强。另一方面也可以有效减少渠道环节，通过内部关联交易降低流通成本，稳定并降低市场价格，有助于提高农产品流通效率，对于保护生产者利益和消费者福利也有着积极意义。

2.改造升级原有的渠道组织，提高流通效率。主要是要对当前农产品流通的主要载体——批发市场和农贸市场进行改造。批发市场在交易方式、治理模式、服务功能等方面要进行完善和发展，提高流通效率，扩大流通半径，使之满足地区间农产品大规模流通的需要。

3.加强对渠道体系的梳理和调整，提高渠道绩效。政府相关部门采取各种措施对包括农产品生产、流通、销售、加工、消费等各个环节在内的整体渠道链条进行梳理再造，消除农产品流通不畅的瓶颈制约，使得各个环节都能够畅顺高效运转，提高其整体运营效率。

**企业产品营销论文范文 第三篇**

一、企业简介

本企业以“与绿色同行，以自然为本”为企业宗旨，号召广大消费者热爱大自然，保护环境，坚持可持续发展的战略，倡导低污染的生活方式。

本企业以生产绿色产品为主(包括绿色食品，绿色日用品等环保产品)，企业创建于20\_\_年1月，产品一经推出市场就受到广大消费者的好评。时至今日，本企业已建立了自己的品牌，使产品畅销全国，并通过ISO90001国际质量体系等多家国际组织的认证。

企业曾多次获得政府组织的表彰和奖励，并于近期计划投巨资引进国际领先的生产技术和设备，争取使产品早日走出国门，占领国际市场。企业已经初具规模，已跻身民营企业百强的行列，拥有多项具有自主知识产权的产品，能完全满足不同客户的需求。企业拥有完全属于自己的生产基地和原料供应地，并与多家科研机构建立了良好的合作关系，前景乐观，并计划于20\_\_年在香港股票交易市场成功上市，使自身业绩能再上一层楼。

二、企业目标

1.财务目标今年(20\_\_年)，力争销售收入达到1亿元，利润比上年番一番(达到3000万元)。

2.市场销售目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

三、市场销售策略

1、目标市场中高收入家庭。

2.产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4r策略。

3.价格价格稍高于同类传统产品。

4.销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立企业自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5.销售人员对销售人员的招聘男女比例为2:1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

**企业产品营销论文范文 第四篇**

在我国，体制的改革拉动了经济的发展，同时也为企业创造了更多的机遇。在这个过程中，市场的竞争力加大了，并将市场不断的细分。面对如此巨大的市场竞争，企业为了获得更多的利润、争取到更大的市场氛围，首先应做好市场的营销活动。那么如何来对企业的市场营销活动进行管理、运作，成为了当下人们所研究的主要问题。主要就企业进行市场营销活动管理的重要性、原则、具体的方法及所能产生的影响这几方面进行相关的论述。

对于一个企业而言，好的市场营销管理，可推动企业的销售，为企业赢得更多的利润，进而促进了企业的发展。那么要想保证企业市场营销活动顺利、高效的完成，则需要相关的人员对其进行科学的、恰当的管理。在这一过程中，相关人员应采用优质的营销方式来对营销活动进行组织、运作，意在将市场营销的功能全面而充分的发挥出来。这首先便要求相关的人员应于思想上了解管理的重要性、原则，从公司的总体发展出发，科学的来进行市场营销活动管理。

>一、企业进行市场营销活动管理的重要性

1、调动起员工的积极性，达到营销活动的目的

活动的开展、实施、运作，需要相应的人员来进行组织。在这个过程中，若是未能进行有效的管理，必然将影响到活动的开展效果，不利于商品的销售。反之，高效而科学的管理，则可调动起人们的积极性，将企业中各部门有效的联合起来，引导大家投入到企业的营销中去。同时保证了企业营销活动的有序化进行，确保了营销目标的完成。就这一层面而言，高效的企业营销活动管理，调动了员工的积极性，加强了部门之间的联系，最终实现了营销活动的目的。

2、提升了人们的思维，转变了陈旧的营销观念

商品的销售是企业经营中非常重要的一个环节，而恰当的、合理的市场营销活动将起到促进销售、提升企业知名度的作用。这便要求我们对市场营销活动进行管理，以提升活动的品质。而在这个过程中，员工的思维在改变，营销的方式在创新，进而对企业的未来发展起到了促进性的作用。因而就这一角度而言，对企业的市场营销活动进行管理是非常重要的。

>二、对企业进行市场营销活动管理时的相关原则

对于一个企业而言，进行市场营销活动的目的，是为了促进产品的销售、提升企业的知名度，进而为企业赢得更多的利润，促进其良好的发展。因而在进行市场营销活动管理时，应将企业的整体利益放于第一位。这便要求相关的活动管理人员，从活动的理念到活动方案的制定、执行都应以全局的利益为主，以这一核心管理思想为原则，来进行企业的市场营销活动。同时应克服外在的不利因素，有效的、有创意的来对市场营销活动进行组织、管理，从而来完成企业制定的营销目标，提升企业的经济效益、知名度。

>三、企业进行市场营销活动的具体管理方法

1、明确市场营销活动管理的内容

正所谓“知己知彼，百战不殆”，对于企业而言，要想进行好市场营销活动的管理，首先应明确管理的具体内容，然后再有的放矢的来进行分别管理。这样管理上才会更加的有效，活动的执行度才会更强、效果才会更理想。

2、明确营销的目标

企业的市场营销活动是为了促进商品的销售，因而在活动策划前，首先应对具体的营销目标进行确定。然后再围绕这一目标进行相应的活动策划、方案的设定，以明确营销活动的管理方向，提升市场的竞争力，推动企业的发展。

3、根据营销的目标来进行市场的调研

企业在明确了市场营销目标后，相关部门应组织人员进行市场的调研。从而了解当前市场的需求、自身的优劣势、消费者的购买需要、潜在的客户源以及价格的走势等情况。而后企业根据调研的结果，再结合自身的特点来进行市场营销活动管理。从而达到有序的推进企业营销活动进行的`目的，保障活动的顺利化完成。

4、有的放矢的来制定营销活动策略

活动的策划案，对于整个营销活动能够起到指导性的作用。换而言之便是，企业的营销活动是按照策划案来进行布置、实施的。因而一个新颖的、有创意、符合市场需求的营销策划案，对营销目的的实现有着关键性的作用。因而企业应根据市场调研的结果，来对当前的市场进行定位、细化，以制定出系统的、科学的市场营销策略。当然策划案的制定应符合实际，保证其日后实施的可操作性。

5、对市场营销活动来进行具体的实施管理

在经过了前期的相关准备、筹划后，企业应对活动实施的各个环节进行相应的协调、管理，并对资源进行科学的分配，以确保各环节的正常化、顺利化衔接、使整个营销活动的顺利化完成。同时在这一过程中，进一步的来对市场当前的容量、客户的需求进行了解，以对自身经营中所存在的不足进行调整，推进企业的营销，增强企业的竞争力。

6、通过管理降低营销活动的风险

科学的、恰当的市场营销活动，可促进企业的销售以及在未来的发展，提升其经济效益;反之，则会对企业带来负面的影响。因为营销活动作为市场竞争中的一部分，在实施的过程中必然存在风险。因而企业应通过管理，来对风险进行控制。并根据市场的走势，来对营销活动进行把控，切实的做到对营销活动各环节的有效监管、保证活动的顺利进行。

>四、进行市场营销活动管理后对企业的影响

企业在对市场经营活动进行管理后，首先改变了人们思维、强化了各部门之间的协作，极大的调动了员工的营销积极性。于此同时促进了企业的销售、提升了企业的知名度，进一步的增强了企业于市场中的竞争力，为其未来的发展打下了良好的基础。

>五、结语

经济的发展为企业创造了更多的机会，与此同时市场中的竞争也愈发的激烈了。在这样的一种经济背景下，人们逐渐的开始重视起企业的市场营销活动管理。希望通过科学的、恰当的企业市场营销活动管理，来促进企业的经营，提高其的经济效益，推动其的发展。

**企业产品营销论文范文 第五篇**

>摘要：随着现代经济的快速发展，很多企业和行业之间竞争越来越激烈，一个企业想要立足于当今社会，传统的营销策略已经无法满足企业的发展需求，所以，一定要在现有的营销理念基础上，进行相应的改进和创新，寻求自己企业发展的市场营销活动项目化管理方法，使其应用到企业管理当中，促进企业快速稳定的发展。

>关键词：企业市场；市场营销；项目管理

在如今复杂多变的市场经济体制下，企业发展的核心重点逐渐不再是如何生产，一个企业能否快速稳步的发展取决于当前激烈的市场竞争，市场营销活动中的项目化管理尤为重要。通常情况下，企业市场营销活动大都是以特定营销理念为指导的，所以，为了促进市场营销活动的全面开展，如何加快我国企业项目化管理的专业化进程，是企业市场营销工作的重点工作。

企业市场营销活动以特殊的经营管理理念为指导思想，选择合适的市场营销措施组织营销活动，良好的营销管理理念是一个企业市场营销活动的基础，以前的市场营销观念太过于追求企业的生产效益而忽视了市场营销的真正意义，没有很好地在时间上和红鉴赏做一个系统科学的分析。所以一个企业想要实现经济的可持续发展，必须要完善和修改传统的营销观念，对自己的企业进行深刻思考和分析，分析和总结项目化管理的基本原则和有效的措施还有其相关流程，为一个企业市场营销活动的顺利开展归纳总结出合理的科学依据，是企业市场经济的到稳定迅速的发展。

一>、企业市场营销活动实行项目化管理的意义

市场营销就是个人或者集体的形式，通过与其他方进行交易所生产的价值来满足自身的实际需要，最会实现互利互赢的一个过程，一般来讲市场营销是动词的理解，是指企业在销售活动中展现出来的具体行为和内容，还有一种说法是企业市场营销行为的研究和分析，就是我们日常学习中所说的市场营销学项目化管理最早是从项目管理深入研究和创新形成的，就是把一个企业在运营的过程中出现的各种营销活动具体的项目内容统一进行总结研究分析，清楚活动项目内容的收益，便于对其进行项目化的管理，总之就是项目化管理是将企业项目化，根据项目化管理能使一个企业在激烈的市场竞争中占据有利地位，加强企业的市场竞争能力经济的迅速发展下，社会各行各业的竞争越来越激烈，市场营销作为抢占市场的重要手段也得到了各大企业的高度重视，再加上经济全球化的趋势一部分外资企业进入我国市场，为了能快速的减轻企业市场激烈竞争的压力，大部分企业都采用了项目化的管理的方式对市场营销活动进行科学的指导和规划，从而使企业的市场营销竞争力量稳步提升，促进企业稳定迅速发展。

>二、为什么要在企业市场营销活动中运用项目化管理

提高一个企业的创新能力，是改进其项目化的管理模式是一个企业生产经营管理中的首要前提，想要有效地提高企业的市场营销管理能力，就需要加强对项目化管理的完善创新，由于企业不同的特点出发，制定属于自己的合理项目化管理，在完善创新项目化管理的时候，一定要重视项目相关人员的评判和审核工作，进而改进与完善，对项目化管理的准备期工作进行筹划落实，推进行项目的时候一定要重视招标投标及相应的规章制度，改进项目化管理评测方法，使得有关部门的工作得以轻松开展。同时随着社会的不断发展进步，市场营销活动的花样越来越多，样式层出不穷，这也使得不同的花样出现了很多繁杂的问题，从市场营销的角度来看，一定要加强对项目化管理理念与目标的分析和结合，利用项目化管理的优势，对整个市场营销活动进行相应的整顿改进，使市场营销活动有序进行，实现企业生产经营的预期目标和价值

三>、项目化管理的实际应用

企业在进行市场营销过程中最主要的目的就是尽可能地达到客户的理想需求，开发新的客户需求。企业在市场营销的过程中，需要统计和分析企业现有的资源，利用市场营销活动结合企业自身特点把产品销售到需求者手中，为了更好地创造经济效益，应长远的规划企业的发展空间。企业市场营销活动中用项目化管理时，要进行营销项目的策划，先确定好正确的营销目标制定与实际相符的可行计划。目标作为计划制定的关键，在进行项目策划的过程中相关人员必须对企业中的主要思想和目的进行清晰的明确，并对企业营销产品的目标以及阶段性的目的进行确定，归纳完善正确的营销目标后，就需要我们开展市场调查计划的制定，尤其要注意调研的计划性，尽可能地多收集相关资料和详细数据，其中包括市场的可行性和消费者的意向还有竞争对手的情况，这样便于对计划进行制定和修改，从而在实际的市场营销中能达到意想不到的效果。

一个成功的市场营销方案需要一个高素质的市场营销团队，通过这个团队在营销活动前制定可行的营销策略而言，需要对目标市场进行全面的调查。把这些数据信息整理归纳出来。同时在拓展市场营销的渠道，要制定合理的促销手段，以增加销售量。最后企业还需要管理营销的组合，使其在市场营销过程中能规范进行，达到预期效果。要根据市场营销活动的实际要求，对产品价格等方面进行严格合理的把控。从优惠的角度上吸引消费者，优化营销策略。

实际营销活动执行中，企业的营销部门应定期统计调研其市场数据信息，对产品进行定位，并把相关嘻嘻传递到企业产品的研发部门及生产部门，使企业能够根据市场的需求改进和完善产品，对价格和产品用途特点等进行调整，增加企业的产品越来越完善性。使一个企业在企业市场活动中项目化管理中获得丰厚的价值。

>四、总结

当今社会的经济全球化，国民经济的高速发展和经济全球化趋势的加强，各行各业的竞争更加激烈，这就要求人们对企业市场营销活动中的项目化管理的优势进行探析，总结分析其企业特点，制定合理的项目化管理，使企业在市场营销活动中获得更大的收益。

>参考文献：

[1]陈光，周冰。企业市场营销活动的项目化管理研究[J].教育教学论坛，长沙铁道学院学报（社会科学版），20\_.

[2]赵旭。企业市场营销活动中的项目化管理探析[J].经营管理者，20\_.

[3]张周国。企业市场营销活动中项目化管理的优势探析[J].中国商论，20\_.

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！