# 市场营销教育专业学生顶岗实习报告(精)(八篇)

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-02-16

*市场营销教育专业学生顶岗实习报告(精)一本次实习的目的在于通过深入到社会商业经济中，将所学到的市场营销理论与实际的结合、提高待人处事的能力、了解消费者心理等，尤其是观察、分析和解决消费中的实际问题以便提高自己的实践能力和综合素质，希望能帮助...*

**市场营销教育专业学生顶岗实习报告(精)一**

本次实习的目的在于通过深入到社会商业经济中，将所学到的市场营销理论与实际的结合、提高待人处事的能力、了解消费者心理等，尤其是观察、分析和解决消费中的实际问题以便提高自己的实践能力和综合素质，希望能帮助自己以后更加顺利地融入社会。

首先简单介绍一下我的实习单位：xx旅行社，是经xx省工商局注册具有独立法人资格的实体单位，注册资金200万，是一家专业从事旅游电子商务、各种票务代订、旅游新产品销售等综合业务的有限公司。公司汇集了大批旅游行业精英，员工都是从事该行业多年，积累了丰富的旅游经验的优秀员工，短时间内在同行业中起到了很强大的影响力。公司坚持少做广告，多做实惠，在旅游市场领域里凭借高质量，低价位而闻名同行，良好的信誉和员工的努力，公司的形象深深扎根广大消费者心中，并成功的树立了自己的优秀品牌。

在实习期间，我主要以旅游市场调研和办公室文秘类工作为主。在这半个月的实习工作中，我得以亲身体验社会，学到了很多在课堂上学不到的知识，并获得把课堂教学的理论知识与社会实际实践相结合的机会。通过这次实习，我对旅行社的经营、管理及组织结构有了初步的了解，在实践中使我认识到旅游业的一些基本情况，以及其对地区乃至国家经济发展的重要性，并补充了自己有限的理论知识，提高了实际的操作能力。

(一)办公室文秘类工作

由于第一次较正式的步入社会，走进公司上班，加上领导对自己的具体工作能力等方面不是很确定，所以在国旅实习的半个月里，公司并没有分配什么重要的任务给我，仅仅是一些办公室里杂乱的工作，比如：取文件，送文件，打印，接电话，打扫卫生，整理办公室，倒开水等。虽然这些只是杂乱的小事，但我并没有抱着随意的态度，而是对每件事都很认真的去处理，我个人觉得连小事都不能做好的人，就别提做什么大事了。

经过一个月基础性的工作后，我与公司同事和领导进行了相互了解，彼此间建立了一定的信任感和亲近感，并且使我学会了一定的社会交际，提高了自己为人处事的能力。

(二)旅游市场调研

随着市场经济的不断发展，市场营销学正不断地向旅游行业渗入，现已形成了旅游市场营销学，并逐渐地完善。市场调研作为市场营销的一部分，有着最为基础和重要的意义。

在公司实习期间，我有幸得到了一次实践性地市场调研活动，真是兴奋之极。在学校里，经常听文老师讲些有关市场营销的理论知识，偶尔在大二的时候有过些实验性地模拟调研，但从没有过如此正式地社会调研。对我来说，这次绝对是一个把三年来所学的理论知识与社会实践相结合的绝佳机会，所以我本人非常的慎重与认真。

在做市场调研的整个过程中，我表现得相当活跃与积极。调研前期进行了调查问卷设计，以及调研对象分析，很多观点还得到了上级和同事的认可与赞许。市场调研中期，也就是正式有对象性的社会调查，我和同事们以小组的形式进行，按区域分配，我所在的小组负责xx山一块。我们接到任务后，我提议以街区为单位，每人负责一部分，分头行事，这样可以在最短的时间内完成任务，同事们都表示同意。于是，充满激情、汗水、劳累与期望的一天就这样的开始了。

回到公司，我们进行问卷统计与分析后，把结果交给了负责人。领导看了市场分析后对我们赞扬了一翻。经过此次调研活动，我对湖南旅游市场有了更进一步的认识了解，特别是顾客这一块，也对自己有了更深的认识，发现了许多不足之处，需要更努力地不断学习提高。

(一)省内的旅游市场分析

1、行业激烈的竞争

旅行社求新求变跨越发展。省内各大旅行社在当前日趋激烈的市场竞争中，求新求变，内提升外扩张，实现了跨越式发展。

①市场竞争中实施差异化战略，突出优势。近年来，省内各主要旅行社抓住后金融危机时期的发展契机，实施差异化战略，加快结构调整，突出各自特色和优势，不断开辟新的市场，使旅游市场蛋糕越做越大。

②准确定位，产品推陈出新。省内各主要旅行社根据各自的市场定位和目标市场，精心设计了各具特色的产品，受到了旅游消费者的追捧。

③创新促销模式，加大促销投入。省内各主要旅行社顺势而为，不断创新促销模式，收到了良好的促销效果。

④外延扩张与内涵提升并重，推动旅行社跨越发展。近年来，省内各大主要旅行社在提升企业内涵的同时，根据旅游消费趋势、行业特点和产品特性，结合企业经营理念和模式不断打造品牌，增设分公司、门店等网点，朝规模化经营、品牌经营转变。

2、优秀员工流失问题

现在很多企业都面临着一个共同的问题，那就是优秀员工的流失，旅行社作为服务性企业，人员具有高流动性。我在公司实习的短短半个月中，就有一位优秀的导游想离开，但不知道经理用了什么方法留住了她。这不是一个小问题，人才的流失将带来一系列问题，如企业机密泄露，客户流失，成本上长升等。所以旅行社应该重视这一问题。

3、旅游市场混乱

相信到旅游过的人，都知道旅游市场的大致情况。各种黑导，宰客现象，旅游市场其实处于一种相对混乱的状态。但是近年来，经过政府对市场进行的各种调控后，现在稍有好转。不管哪一行业，市场混乱将增加企业许多额外的成本，严重地将导致企业灭完。

(二)相应的解决方案

1、突出针对性，讲求实效

各大旅行社认为，根据不同的市场采取不同的促销策略、针对性地推出产品，才能出实效，特别是境外旅游市场。要根据旅游市场的结构特点制定出相应的市场开拓规划，有重点、分层次地进行促销，并按照市场开拓规划，有选择性地参加国家旅游局牵头组织的境外促销活动。

2、运用现代技术，改进促销方式

各大旅行社认为，携带大量纸质宣传资料参加旅游交易会、博览会、旅展等是在资讯很不发达的环境下采取的旅游营销手段和方式，在特定的环境下有一定的效果。在网络、通讯异常发达的今天，要采取网络营销、电信营销等新型营销方式，这不仅更加符合受众的需要，而且更加低碳、环保。

3、借船出海，协调利用其他机构促销

各大旅行社认为，旅游产业本身的高关联性决定了旅游市场的开拓离不开航空公司、口岸办、国家旅游局驻境外办事处和国家驻外使馆等机构的支持。协调与这些机构的关系，充分利用和发挥它们各自的优势，借船出海，对旅游宣传促销可起到事半功倍的效果。

在实习期间公司的同事给予了我热情的指导和帮助，而我也虚心向他们请教学习，把大学所学的知识加以运用，在理论运用于实践的同时，也在实践中更加深刻地理解了以前没有理解透彻的知识。经过这些天的实习，我对公司也有了更深刻的了解，也初步熟悉了旅游的具体操作步骤。更重要的是，这是我踏入社会的第一步，虽然只有短短两个星期的时间，但是也让我看到了自己的很多欠缺，让我深知出身社会，还需要很多学校里学不到的能力。

虽然已经是进入大四了，但对于实际社会工作还是茫茫然的，毕竟书本上的只是一个概念，具体操作并没有教你。难得的实习机会，我想把它做好。在这段时间学会了一些比较琐碎的事情，但确实体会到了工作的辛酸，觉得自己在学校所学的专业知识严重不足，不能适应激烈的工作要求，像那些实际操作性极强的工作，我们这些刚出来没什么工作经验，而且本身就没好好学学校的专业课的人来说，根本无法和那些老手相竞争，有时候感觉确实无从下手。只有虚心的请教和多用心去做才可以慢慢的摸索出一条道路。

**市场营销教育专业学生顶岗实习报告(精)二**

市场营销专业顶岗实习总结--思考着前行 部门：朗捷职务：集团业务督导。

不知不觉中，我们的顶岗实习就快要结束了，在顶岗实习这段短短的时间里，我发现我的生活在流露着一些淡淡的变化：朋友们走在一起讨论的话题已不再是上课的内容或是电视剧的情节，而是工作上的愉快或是烦恼；每天下班后总是会有疲惫的感觉；以前一些随意的衣服也不会再拿出来晾晒、我在想：时间到底是怎样的一种神奇物啊，为什么实习第一天的场景还历历在目，现在却突然又要离开了呢？

还记得第一天当我们身着让人显得特别精神的职业装到达迅捷总部时，映入眼前的是一种规范化的办公室生活：整齐划一的办公桌，规范的办公区域，统一着装的员工、一切的一切看上去都是那么协调，让我顿生了一种向往之情，于是转化成了一种担忧：自己会不会不适应这样一种瞬间从一名学生转化为一名企业员工的生活呢？但我的内心一直充斥着这样一句话：“一定要学会适应。”同时，我也一直相信：一个人，不管他从事着怎样的工作，做着什么样的事情，只要他的本质是好的，内心是积极向上的，是热爱生活的，是善于思考的，他总是会成功的。在“迅捷集团”这样一个充满着文化氛围的企业里我想更应该会是这样的吧，所以我并没有惧怕改变，更不会害怕将来会出现在我生活中的一切艰难困苦。

第一天的办公室生活让我感觉力不从心，我们都不了解我们要做的工作是什么，又不知道自己能帮上什么忙、突然老大的一句：有谁会ps的？当场就闷了，我当时才知道拥有一技之长是多么重要！在办公室呆了一天，我也观察了办公室里的一些工作情况，我发现其实大家做的事情都是挺单一化的，如果这样长期地做下去，如果没有较高的目标，很快便会使自己沉陷在这样一种周而复始的工作中，也许会出现工作很努力，但业绩总是上不去等一系列情况，于是自己瞎总结了一下，忽然觉得古代的一句话：每日三省吾身！对于解决这样的情况是很有用的！

后来我们学习了一些如四川移动crm综合业务系统（4a）或四川移动集团业务综合管理平台（esop）等系统的操作，熟悉了工作环境，同时也熟悉了工作上需要接触的人以及一些简单的工作方式。同时，我也了解了我们这样一个集团业务督导的主要工作内容：我们是和中国移动的销售代理（sa），主要销售it属性的信息化产品，如集团专网，彩铃，adc企业信使、我们的工作不是像一般的导购那样在店里等待着有意向的顾客光临，而是需要通过自己的主动积极性到外面去通过扫楼扫街，陌生拜访，口头传播，关系营销等方式来销售。我觉得这样一份工作更需要思考，我们需要思考如何才能让自己的业绩提升提升再提升，需要思考怎样才能维系好和老客户的关系，需要思考怎样才能拓展新业务、我认为思考着前行才是最好的工作生活方式，因为对于很多人来说，浪费最大的不是财物，而是智力与知识，原因在于缺乏思考。智力与知识本身不会给我们带来财富，唯有思考才可以将它们转换为生产力，进而提升自我，成就他人。这就犹如深埋在地下的金矿，当没有被挖出来的时候，和泥土没什么差别。思考就是挖掘智力与知识金矿的工具，没有思考，我们所拥有的只是智力与知识。

我想，如果我们每个人都能保持常常思考的习惯，我坚信在不久的将来一切困难在我们眼前都将是浮云，在这次的实习中通过思考我也懂得了许多：

1、一定要懂得合理利用时间！因为每天我们虽然是六点过起床，晚上十一点左右睡觉，看似多么充裕的时间，但大部分人能利用好的也不过那么短短的五六个小时左右，如果我们学会合理利用的话，我们的收获一定会比别人多很多！

2、企业就是一个存在着激烈竞争的地方，我们应该学会适应，在这里很容易看到为了利益而你争我夺的现象，即使人情味再浓也都多多少少带有一些利益关系，长期生活在这样的状态下人的感情也许可能被淡化，人们也许会越变越淡漠。单纯的感觉也没有了。于是在实习的过程中，我印象最深的一天即是见到学校的老师来探望的那天，因为老师的到来让我倍感亲切，突然就有一种幸福感涌入心头，感觉自己还没有失去在学校上课的机会，感觉自己还有人关怀，感觉自己还没有被社会化就特别幸福！平时有的一些抱怨，受的一些委屈等一切也都不复存在了，同时我也让自己的思维瞬间动了起来，增强了自身的一种思考能力，增强了自己的斗志。

3、在工作中也许会受很多委屈，但我们必须学会承受！比如5月x日那天打电话的时候，打过去刚表明了打电话的缘由就无缘无故被骂了一通，当时感觉特委屈，但我知道，以后这样的事还会有很多很多，如果我连这点都不能承受的话，我是不会胜任这份工作的。于是就默默地承受着，继续拨打下一个电话。

4、不要指望着前辈来教你什么，也不要指望着领导给你安排工作，如果你没有积极主动性，每天的生活总会是寂寞无聊的，当然也不能太黏着别人，那样会被别人讨厌的，必须要锻炼自己的独立性，学会独立地去处理一些问题，因为没有人会把你当做好朋友来帮助。在工作中，永远会存在着利益关系，别人教给你了还会怕你比他强呢！

5、应该学会察言观色，该说的就说，不该说的千万不要说，说话要选择好地方，职场里的耳目会有很多，也许你在无意之间被开除了自己还不知道是怎么回事。

6、一定要学会观察人，要学会洞察别人的心理，这样才有可能更快地让自己在工作中得心应手，才能维护好自己的人际关系。

7、一定不要对上司撒谎，事情是怎样的就是怎样的，你努力工作，多做事少说话，该做的做了，上司是会看到的、能懂得这些，能懂得应思考着前行，我特别感谢我的母校以及迅捷集团，因为是他们让我有了这次实习的机会，在以后的路途中我一定会思考着前行，让我的工作与生活动起来，前方等待着我的是绚丽多彩的人生，大家和我一起加油吧！

**市场营销教育专业学生顶岗实习报告(精)三**

一、市场营销战略及其基本类型

1、市场营销战略的概念

——是为了实现其经营目标，对于企业在较长时期内市场营销发展的总体设想和规划。

2、市场营销战略的主要内容

l企业的宗旨、目标（经营方向）

l企业的战略业务组合（经营结构）

l企业的增长途径（增长点）

3、营销战略的基本类型

l成本领先战略

l差异化战略

l集中化战略

二、营销战略的制定

1、确定企业宗旨

——应以市场为导向来确定。

2、确定企业目标

——应遵循科学性与现实性、关键性与数量化、层次化、协调性、灵活性的原则。

3、企业的战略业务组合计划

l战略业务单位的特征

l对现有战略业务单位的分析与评估

波士顿矩阵、通用矩阵

4、企业的增长战略

(1) 密集型发展战略

市场渗透、市场开发、产品开发

(2) 一体化发展战略

后向一体化、前向一体化、水平一体化

(3) 多元化发展战略

同心多元化、水平多元化、综合多元化

三、编制市场营销计划

1、编制步骤与内容(索尼克台式音响实例）

计划提要（对拟制定的计划的概要说明）

l营销现状（市场、产品、竞争、销售及环境状况）

l机会与问题分析（机会、威胁、优势、劣势及问题）

l确定营销目标（销售量、市场份额、利润等）

l确定营销策略（实现目标拟采取的营销手段、途径）

l制定行动方案（行动的内容、时间、费用、主体）

l编制预算（预测计划实施后的财务收益情况）

l检查与控制（说明如何监控计划的实施）

2、编制营销计划的方法

l分派法（至上而下制定计划）

l累积法（由下至上制定计划）

四、市场营销战略计划的实施

1、战略计划实施中存在的问题及原因

l计划脱离实际

l长期目标与短期目标相矛盾

l因循守旧的情况

l缺乏明确具体的实施方案

2、市场营销战略计划的实施过程

l制定行动方案（行动的内容、时间、费用、主体）

l建立组织机构（明确职、责、权、利）

l设计决策与报酬制度（激励机制）

l建立企业文化和管理风格（价值、理念）

l协调实施系统内各要素间的关系

**市场营销教育专业学生顶岗实习报告(精)四**

我所从事电脑销售工作已经有一年多的时间了，这一年多以来我开拓了许多陌生业务，从中获得了许多宝贵的经济，现在我已经完全的融入到了这个集体里。虽然在这一年的工作中我们也有许多的不足之处，但都想尽各种办法解决了。对下一年的工作我也制定了电脑销售工作计划范文：

我首先想到的是要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货; 勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理; 内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分-----培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水平不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水平和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水平的高低影响到办事的工作效率; 员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水平过硬的队伍的企业才会有进步、有发展。 加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

收集整理

一、销售部获得利润的途径和措施

销售部利润主要来源有：计算机销售; 电脑耗材; 打印机耗材; 打字复印; 计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，\*万元，纯利润\*万元。其中：打字复印\*万元，网校\*万元，计算机\*万元，电脑耗材及配件\*万元，其他：\*万元，人员工资\*万元。

二、客户服务部获得的利润途径和措施

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站; 打印机维修; 计算机维修; 电脑会员制。20xx年我们被授权为七喜电脑授权维修站; 实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。

能够完成的利润指标，利润\*万元。

三、工程部获得的利润途径和措施

工程部利润主要来源：计算机网络工程; 无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来的利润点，便于计算机网络工程的顺利开

展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点-----无线网，和一部分的上网费预计利润在\*万元; 单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润\*万元; 多功能电子教室、多媒体会议室\*万元; 其余网络工程部分\*万元; 新业务部分\*万元; 电脑部分\*万元，人员工资—\*万元，能够完成的利润指标，利润\*万元。 在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

四、在管理上下大力度、严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

五、要建立一个比较完善、健全的管理运行体系。

从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办\*变成我们长期客户。

对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

六、创造学习的机会

不断为员工提供或创造学习和培训的机会，内部互相学习，互相提高，努力把\*公司建成平谷地\*计算机的权威机构。

职工培训工作是人力资源开发、干部队伍建设与企业文化建设的重要内容，通过培训，可以统一目标、统一认识、统一步调，提高企业的凝聚力、向心力和战斗力。树立学习风气，不懂得要问，不会的要学。

培训内容：

一、爱岗敬业：回顾历史、展望未来，了解企业的光荣传统与奋斗目标，增强使命感与责任感，培养主人翁意识。

二、岗位职责：学习公司制度、员工纪律，明确岗位职责、行为规范。

三、岗位技能：学习从业技能、工作流程及在岗成才的方法。

**市场营销教育专业学生顶岗实习报告(精)五**

根据学院教务处的要求，我们市场营销专业的同学们采取集中实习和分散实习两种形式。分散实习学生自己联系实习单位，集中实习学生的实习单位由系里联系，集中实习的单位有专业教师指导。我选择的是自主实习也就是自己联系工作单位。从事的是与自己专业相关的工作，销售和市场推广。

刚接触这份工作的时候，是充满信心的，只是后来慢慢地发现一次次被现实打败。顶着市场营销专业大学生的光环，一开始瞧不起身边一些学历低的人。但销售人员是靠业绩吃饭的，当他们的业绩一路飙升而自己仍在原地的时候，才真的是羞愧难当。大学生带来的不是荣誉而是一种耻辱，所以我从此不再说自己是混过大学的人。也知道了外界对大学生的一些看法，每天只是恋爱、游戏、用父母的钱挥霍着自己的青春。所以时下流传一句话：高学历有能力的是打工一簇，低学历的都当老板去了。虽然有点夸张，却有一定的道理。学历高的人由于知识太多思维被禁锢，有时连基本常识都不懂。缺乏冒险精神和创新意识。

销售人员的职责就是把自己的产品卖给别人，把别人的钱财收为己用。每次都要自觉主动的联系客户，拉拢关系，然后推销自己的产品。也就是主动出击，广泛撒网，重点培养。在实习过程中有几件事让我感触极深。

我在实习的途中，常与一个高中好友保持联系。此人是属于有理想的人，却总是眼高手低。大专毕业后找了份专业对口的工作因为嫌弃工资低就辞职了，认为作销售赚钱就去找这方面的工作，找了份电话营销的工作，因为一个月都没有业绩，感觉没有想象中那么有钱，承受不住压力就又辞职了。此时听说搞汽车美容赚钱，竟然去做起了学徒，不禁让我感叹他大学白读了。心想这次总该稳定下来了吧，他自己也信誓旦旦要做出一番成绩。结果没几天觉得太累了又不干了。现在好像在深圳工作了，也不知道会坚持多久。

这让我思考大学读的到底是什么呢?我们收获了什么?为什么有些用人单位不愿意招大学生?仅仅是因为薪金的原因吗?我认为大学至少要学会一种思维方式，不同于别人的思维方式，因为我们接触的人群都是接受过高等教育的。可有些人养成一种优越感，这不是说其自信，而是他们总觉得自己是千里马却没有伯乐来赏识，于是频繁跳槽，眼高手低最后抱怨这个社会的不公平。

第二件事也是关于同学的。其实还在我实习之前我就知道钱的来之不易，特别是实习后更明白钱是自己辛苦赚的，要花也要花在刀刃上。就在我实习的时候同样有位同学的行为和想法让我思考很多。他就一个月一千多的水平，却想着买手提电脑和考驾驶证。据说买电脑是为了方便以后工作，考驾照也是为了以后的工作。但凭我的了解，他如果买了电脑多半是拿来做游戏机。在外面工作的时候，看到很多人奔波不止，为了家庭和事业。而我们这次实习后就不再是学生了，要相应承担起一些责任和义务，不能再有一人吃饱全家不饿的想法。

以前假期勤工俭学挣的钱可以作为自己的零花钱，但实习后挣的钱得为将来做打算了。成家也好，立业也罢，都离不开钱做支撑。在美国过了十八岁就要独立了，父母不再约束。我们不能和西方国家一样，但至少大学毕业了不可能再要父母负担了吧!如果我们的家庭宽裕，我们可以挥霍，但家境一般就没必要了。我们的消费要切合实际，快毕业了要学会生财和理财。

在实习的过程中，其实也是一个学做人的过程。要懂得低调做人，比自己厉害的人大把大把的是，虽然做人非常重要，但专业知识也不可或缺。每天过得一样却又一样，有人在成长有人在死亡。时间长了，如果没有目标，会陷入无聊的漩涡。每次我都如此鼓励着自己：今天是我们这一生里最年轻的一天，我们没有理由不活得精彩，过得充实。

关于实习的收获主要有以下几个方面。一是通过直接参与企业的运作过程，学到了实践知识，同时进一步加深了对理论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成了本科教学的实践任务。二是提高了实际工作能力，为就业和将来的工作取得了一些宝贵的实践经验。三是我在实习单位受到领导的认可并促成就业。四是为我的毕业论文设计积累了大量的素材和资料。

同时也让我明白了许多的人生道理，看清了许多的社会现实。在当今社会，能力并不是最重要的。首先要在社会立足必须拥有强大的人际交圈，雄厚的资金和一个好的项目，最后才是个人的能力。懂得了失意时不要气馁，得意时不要忘形。在市场营销工作当中，失败者总是找理由借口，成功者找方式方法。做销售的时候，心态远比能力重要，积极乐观的心态，自信的心态，包容的心态和平常的心态可以助你走向成功。

实习给了我很深的体会，明白了打好基础非常重要，因为基础知识是工作的前提。实际工作与书本知识是有一定距离的，需要在工作不断地学习。即使毕业后所从事的工作与所学的专业对应，仍会在工作中碰到许多专业知识中没有的新知识，所以要想胜任工作，必须边工作边学习，通过不断的学习获取更多新的知识。要有拼搏的精神，人生的道路有起有伏，犹如运动比赛，有开心，有失意，要经得起考验，需要不断的拼搏。而学校要加大教学改革力度。以社会需求为导向，调整课程设置。

实习中了解到，目前社会需要大量的市场营销人才，可是，我们的学生却难以找到合适的岗位。客观表现为企业一般招聘有几年工作经验的人。其实企业的真正需要的是人才，这里折射出来的是：应届毕业生不算是人才。我们不能改变招聘条件，只能使自己成为人才。学生怎样才能成为人才，是我们教育面临的迫切问题。首先，要研究营销人才的内涵，然后以此调整培养目标、课程设置、教学目标、教学计划、学生知识和素质要求等。要加强就业指导工作，重视就业率，就业率是学院生存的重要基础。但就业率不能敷衍了事，随便推荐一个工作，例如进厂做流水线，只是让学校的就业率上去了，但对学生意味着虚度时日。

**市场营销教育专业学生顶岗实习报告(精)六**

平治车哥大作为十堰弘德尔科工贸有限公司横向发展的产品，它的市场推广不仅仅仅是我公司一个普通的产品市场推广。平治车哥大是一款针对企事业中高端客户群而设计的通讯产品。它的推广成功，能为我公司的资金流通和企业壮大带给良好的经济支持，从而为我公司企业品牌的知名度和长远发展打下坚实的基础。且它的推广过程也能带动我公司办公耗才以及整机的销量上涨。

“胜者举杯相庆，败者拼死相救”弘德尔科工贸公司有着一整支众志成城的年轻队伍，他们本着“年轻活力，无所畏惧”的企业底蕴牢牢的凝聚在一齐，而车哥大推广部作为我公司成立伊始的一个部门，为了它的成功和壮大，需要我们更加强劲的团结在一齐注入策略和激情，从而抢占先机，赢得市场推广的胜利。而赢得车哥大的市场推广的胜利需要一套合理切实且又能循序推进的方案，这就要靠我们大家的共同努力去探索。以下是我带给的策划书：

一营销环境

1厂家带给的相关行业资料以及在某些区域已经取得成功的先例。

2十堰作为车城，汽车的拥有量不在话下。加之二汽相关企事业多不甚数，为我们带给了一个优与其他区域的营销环境。

3在本区已经登陆的电子产品诸如gps，已经成功抢占了市场，因此消费者对于电子产品不会抵制。

4从我们已作的工作来看，大部分的消费者对此产品感兴趣，只是惧于价格而采取观望态度。这说明如果我们下一步工作做的正确的话必须能够撕开市场的死角。（产品定位就显得格外重要）

5目前我们的市场销售刚刚开始，只是停留在找分销商的初始状态。正在的销售活动还没有开始。

6与企事业打交道能够带动我们整机和办公耗才的销量上涨。

7《道路交通安全法实施条例》第九十四条驾驶机动车有下列行为之一的，处200元罚款：（一）拨打、接听电话、观看电视的;（二）下陡坡时熄火或者空挡滑行的;三）连续驾驶超过4个小时，未停车休息或者停车休息时间少于20分钟的;（四）警车、消防车、救护车、工程救险车不按照规定使用警报器、标志灯具的;（五）违反规定在应急车道内行驶或者停车的。根据情节还可能扣分。

二营销问题

1产品知名度不够—仍属新产品行列

2产品定位不准确（客户认为这仅仅是一款给汽车用的手机）

3此刻的手机大都带有此类功能，且同类产品价格悬殊太大

4产品包装不新颖，相应的资料不够吸引人

5选取做汽车美容店分销，渠道不畅通（分销商认为这只是其店面的有一款摆设的电子产品）

6促销方式局限化，渠道拓展不开

7销售队伍完全跟不上

三营销方案

1队伍组建（周期费用）

初期维持在3名销售人员，加强专业销售知识的培训划分各自的职责。并超多收集包括网络在内的行业信息，打印成册。建立客户意向档案及相关行业档案。建立重点行业的时间规律表。（马云在《赢在中国》中说过这样的话“1务必证明你的产品有市场2你们大家都能赚到钱3最重要的你得有自己坚实可靠的团队”）

2产品定位（周期费用）

给产品重新定位。透过网络搜索相关资料和找到十堰已有的同类产品，彼此比较后差异化定位。如：“驾车。通讯。安全。车哥大。一个都不能少。”“驾车办公是硬道理;安全通讯高于一切——————车哥大”“开车打电话你的品位够吗车哥大告诉你”“请问你的爱车有车载吗车哥大告诉你”“开奔驰，驾宝马。商务大哥大，开车车哥大。”“这是一个交通事故频发的时代！‘车哥大’提示你——你的行车够安全吗”（此刻有一部分老板喜欢用以前大哥大款式的手机，对于谐音我们能够想想做做工作。当然车哥大也能够定位时尚或其他的，但是我个人觉得把它装在与汽车内饰相差太多的车上不太时尚。

3价格策略（周期费用）

拉大零批发差价，调动批发商，中间商用心性。如一台2580三台2380

给予数量折扣，鼓励对购。如三台以上每台给予2个点的返利

以成本为基础，以同类产品价格为参考。适当调整价格，使车哥大更有竞争力和说服力

4加深服务保障（周期费用）

品牌驱动生活，服务决定价值。这是一个服务决定一切的时代，我们要更加强调服务。（米其林轮胎的广告语个性吸引人：每一条米其林轮胎后面都有一整支专业的队伍为你服务）

5树立车哥大品牌（周期费用）

这条是建立在前面四条之上的，如果前期工作没有做好，那么后期就会显的空洞而吃力。因此再列一个条目：

a信息收集并策划推广（对于商家来说信息具有不对称性，我们掌握着比消费者和分销商更多的产品本身信息。同时我们也缺乏消费者购买信息的获取和分销商对于直接消费者的信息掌握。那么我们就就应避开对我们不利的信息用我们自身有利的信息去集客和做分销售。这需要我们大家甚至更多的人去挖掘信息突破点。也就是出点子，出“骚主意”）：

1从现有资源中整顿，从我们电脑以及耗才买出去的客户群中筛选有此需要和支付潜力的客户，采用登门免费维护检测然后找机会宣传推销车哥大的手段。

2从一切能想到的地方或一切有此需要人出没的地方获得相关信息（如汽车经销商，车友俱乐部，保险公司———个性是人寿保险，能支付人寿保险的大多是惜命的有钱人），高尔夫俱乐部，野外驴友俱乐部，健身俱乐部，车管所，交警队————哪个车的罚单比较多，然后筛选是不是经常开车办公的人…………）

3在信息累积后采用信息，电话，寄函（必须要手写，必须要贴邮票），登门，驾驶安全交流会…。的方式推广营销。

4关注十堰不定期的汽车行业信息。如什么时候有汽车展览会，什么时候组建的有驾车活动;配备十堰xx年的行业黄页。

b广告宣传。（广告宣传的原则是服从公司整体营销宣传策略，提高产品知名度，树立公司形象。它就应持续在必须的周期时间，当然越长越好，切就应持续周期内的资料的不变性——————如果经常变换主题资料客户会很难理解，当然资料必须要策划好。广泛的配合其他形式的宣传一齐进行，期间不定期的抓住时机推出促销售活动。如重大节假日或者某某公司或者汽车销售商有好处的日子。）

1前期推出形象广告，打出名气。我们能够尝试电台和如雅中广告之类流动报刊广告交叉进行宣传。电台广告先行，给准分销商以及客户警示，车哥大已经树立了自己的品牌，让更多开车的人明白有这么一个产品对你的驾驶有帮忙。中期做雅中广告，主要发放个体户，把车哥大做成续大哥大之后又一个茶余饭后闲谈的口料。（适宜的夸大采用网上搜索的方式。）

2开召商会，发展三级代理商。突破口打开的话立刻进入县里进行宣传招商。（在电台广告打出后有必须反映的同时再进行更好，）

3重大节日推出促销广告。我们能够在小区里做些小动作，对驾车人的家属进行安全意识—————让他们觉得开车肯定会出事，那么怎样样能不出事情呢

4把握机会进行公关工作，接触消费者。派我们的美女去意向比较重的行业一对一对企事业老总进行介绍，比如：批发和建材业。之前务必在信息收集的基础上筛选有效的信息，然后电话预约，扣准时间（他在闲着没事的时候）段进行拜访。

5进行事件行销。利用新闻媒体，善于创造把握新闻，提高知名度。如某地发生交通事故，能够去探取是不是因为开车打手机。（我们还能够找人冒充消费者，询问各汽车美容店有没有电台广告里的车哥大，并强调自己需要此产品的状况。）

cdm宣传彩页的印制以及x展架或横幅的印制（参考各个汽车美容店的分销商该如何印制，他们比我们更能了解怎样样能吸引客户眼球），有目的的发放。如大型停车场，汽车美容店，酒店房间…。。一切有钱人出没的地方都能够尝试，甚至主题游戏网吧。

d在汽车相关行业一个地方找一个兼职人员，提薪。这需要合理而人性化的安排，需要money。

e直销，一对一应对准客户进行宣传和销售。这建立在前期信息的收集筛选之上。

f在雨后放晴的时间或者天气晴朗的周末联系汽车美容店带给桌椅，带笔记本电脑放光盘或者flash短片进行宣传。

g组织产品说明会（针对个体准客户和汽车美容店分销商），赞助汽车行业单位召开答谢会员维护会—着重宣传本产品。

h联系汽车销售商布置汽车车哥大主题卖场，在展车上装备一台样机，吸引客户购车并推广本产品。不定期联系各个汽车美容店赞助在相关场所进行促销（费用平摊），布置自己的主题促销位置。

i促销品的选取或者印制。如购机送半年的电脑免费检测维修把我公司已经做成熟的it行业与新产品结合在一齐。促销活动的策划。

**市场营销教育专业学生顶岗实习报告(精)七**

企业开张伊始，尚无一套系统营销方略，因而需要根据市场特点策划出一套行销计划。

(一)市场状况分析及市场前景预测

1.产品的市场性、现实市场及潜在市场状况。

2.市场成长状况，产品目前处于市场生命周期的哪一阶段上。对于不同市场阶段上的产品公司营销侧重点如何，相应营销策略效果怎样，需求变化对产品市场的影响。

3.消费者的理解性，这一资料需要策划者凭借已掌握的资料分析产品市场发展前景。

如中国台湾一品牌的漱口水《\"德恩耐\"行销与广告策划案》中策划者对德恩耐进入市场风险的分析，产品市场的决定颇为精彩。如对产品市场成长性分析中指出：

①以同类产品\"李施德林\"的良好业绩说明\"德\"进入市场风险小。

②另一同类产品\"速可净\"上市受普遍理解说明\"李施德林\"有缺陷。

③漱口水属家庭成员使用品，市场大。

④生活水平提高，中、上阶层增多，显示其将来市场成长。

(二)影响产品的不可控因素进行分析

如宏观环境、政治环境、居民经济条件，如消费者收入水平、消费结构的变化、消费心理等，对一些受科技发展影响较大的产品如：计算机、家用电器等产品的营销策划中还需要思考技术发展趋势方向的影响。

营销方案，是对市场机会的把握和策略的运用，因此分析市场机会，就成了营销策划的关键。只是找准了市场机会，策划就成功了一半。

(一)优势

(二)劣势

一般营销中存在的具体问题/劣势，表现为多方面：

企业知名度不高，形象不佳影响产品销售。

产品质量但是关，功能不全，被消费者冷落。

产品包装太差，提不起消费者的购买兴趣。

产品价格定位不当。

销售渠道不畅，或渠道选取有误，使销售受阻。

促销方式不务，消费者不了解企业产品。

服务质量太差，令消费者不满。

售后保证缺乏，消费者购后顾虑多等都能够是营销中存在的问题。

从问题中找劣势予以克服，从优势中找机会，发掘其市场潜力。分析各目标市场或消费群特点进行市场细分，对不同的消费需求尽量予以满足，抓住主要消费群作为营销重点，找出与竞争对手差距，把握利用好市场机会。

(三)机会

(四)威胁

营销目标是在前面目的任务基础上公司所要实现的具体目标，即营销策划方案执行期间，经济效益目标到达：总销售量为×××万件，预计毛利×××万元，市场占有率实现××。

(一)营销宗旨

一般企业能够注重这样几方面：

以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。

以产品主要消费群体为产品的营销重点。

建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等。

(二)产品策略

通过前面产品市场机会与问题分析，提出合理的产品策略推荐，构成有效的4p组合，到达最佳效果。

1)产品定位。产品市场定位的关键主要在顾客心目中寻找一个空位，使产品迅速启动市场。

2)产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系。

3)产品品牌。要构成必须知名度，、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，务必有强烈的创牌意识。

4)产品包装。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略。

5)产品服务。策划中要注意产品服务方式、服务质量的改善和提高。

(三)价格策略

那里只强调几个普遍性原则：

拉大批零差价，调动批发商、中间商用心性。

给予适当数量折扣，鼓励多购。

以成本为基础，以同类产品价格为参考。使产品价格更具竞争力。若企业以产品价格为营销优势的则更应注重价格策略的制订。

(四)销售渠道

产品目前销售渠道状况如何对销售渠道的拓展有何计划，采取一些实惠政策鼓励中间商、代理商的销售用心性或制定适当的奖励政策。

(五)促销策略

(人员推销、广告、营业推广、公共关系)

以广告宣传为例：

1.原则：

①服从公司整体营销宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司形象。

②长期化：广告宣传商品个性不宜变来变去，变多功能了，消费者会不认识商品，反而使老主顾也觉得陌生，所以，在必须时段上应推出一致的广告宣传。

③广泛化：选取广告宣传媒体多样式化的同时，注重抓宣传效果好的方式。

④不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当时机，及时、灵活的进行，如重大节假日，公司有纪念好处的活动等。

2.实施步骤可按以下方式进行：

①策划期内前期推出产品形象广告。

②销后适时推出诚征代理商广告。

③节假日、重大活动前推出促销广告。

④把握时机进行公关活动，接触消费者。

⑤用心利用新闻媒介，善于创造利用新闻事件提高企业产品知名度。

(六)具体行动方案

根据策划期内各时间段特点，推出各项具体行动方案。行动方案要细致、周密，操作性强又不乏灵活性。还要思考费用支出，一切量力而行，尽量以较低费用取得良好效果为原则。尤其就应注意季节性产品淡、旺季营销侧重点，抓住旺季营销优势。

这一部分记载的是整个营销方案推进过程中的费用投入，包括营销过程中的总费用、阶段费用、项目费用等，其原则是以较少投入获得最优效果。费用预算方法在此不再详谈，企业可凭借经验，具体分析制定。

总结

(或方案调整：这一部分是作为策划方案的补充部分。在方案执行中都可能出现与现实状况不相适应的地方，因此方案贯彻务必随时根据市场的反馈及时对方案进行调整。)

**市场营销教育专业学生顶岗实习报告(精)八**

一、实训目的：

为了更好地理解和掌握市场营销学知识，在社会实践中综合运用所学的营销的理论与技能，提高自己分析问题,解决问题的能力，所以我们进行了为期2周(17～18周)的市场营销综合实训。

此次实训的主要目的在于使我们进一步了解与巩固所学习的专业理论知识，将理论与实践相结合，提高我们的实际操作能力，为进一步学习市场营销的其他课程和有关知识打下基础。把所学的知识运用并领会所学理论的适用性,能更好地将理论联系实际深入到各个方面,了解市场营销工作的规律性,找出其中存在的问题及今后发展的主要趋势。

二、实训内容：

此次实训内容包括：模拟软件市场营销管理模块、营销情境应对训练、模拟企业环境分析、营销技能测试、经典案例分析以及关于大学生生育意愿调查问卷等。

三、实训方式：

这次是一个团体作业，我们团体一共有七个人，按自由组合分配的。

四、小组分工情况：

1、七人一小组，成员有(组长：陈洁成员：许梦茹，黄缘缘，陈春佳，陈华金，黄志辉，吴元帅)没人撰写自己的实训(实习)日志。每天的教室实训，都以团队进行，派每位成员都上台分析案例中所给出的答案。

2、进行网络调查和问卷。由高翔老师给出的“茂名地区九零后大学生生育意愿调查”问卷，我们一小组为单位每人都做五份网上问卷调查。

五、实训收获与体会：

通过一段时间的市场营销综合实训，使我受益匪浅，在营销方面我不敢说有了深刻的了解，但通过学习使我理清了思路，市场营销对于原本的我既陌生又熟悉。

实训的时间虽然不长，但是我非常珍惜这次实训机会,在有限的时间里加深对营销的了解，找出自身的不足。这次实训的收获对我来说有不少,我自己感觉在知识、技能等方面都有了不少的收获。总体来说这次是对我的综合素质的培养，锻炼和提高。而且，通过这次实训，在市场营销工作方面我感觉自己有了一定的收获。这次实训主要是为了我们今后在工作及业务上能力的提高起到了促进的作用,增强了我们今后的竞争力。这次实训丰富了我在这方面的知识,使我向更深的层次迈进，对我在今后的社会当中立足有一定的促进作用，但我也认识到,要想做好这方面的工作单靠这几天的实训是不行的，还需要我在平时的学习和工作中逐步的积累，不断丰富自己的经验才行。通过这次实训，我成长很多，作为一个学生，一个营销专业的学生，我学到了在学校不可能学到的知识。同时，也深知自己需要做些什么。

我会多读书、多思考，再以后学习和工作生涯中，做一个活到老学到老的人，不断进步。我面前的路还是很漫长的，需要不断的努力和奋斗才能真正地走好。

这次实训我们是分小组进行的，每一组七人。在这次实训中，我从团队中学到了很多，一个团队最重要的就是要团结。只有大家团结起来了，力量才是强大的。在实训这个平台中得到了这样深刻的体会，出到社会是一个大舞台，我们可以把现在所学的运用到大舞台中去,受益匪浅。

我们的实训从17～18周，维持两个星期的实训，从开始的做案例分析，到最后的用spss做出问卷调查数据分析。整整两个星期，这期间，我们小组组员有意见分歧的时候，不过最终还是达成共识，我们小组的团结精神还是可嘉的。

第一天我们做的是案例分析，关于海岛卖鞋的案例。从这个案例中学到了，作为一个营销人员，最基本得是要懂得调研，是否有市场要综合考虑以下一些因素，如：场所论;购买者论;利益相关者论;还有竞争者论等。所以分析这个案例也巩固了我们以前学过的专业知识。

接下来的几天，我们做了营销素质题，包括科学分析素质测试和艺术创意能力测试;还做了几道情景应对题以及很多经典的案例分析。我觉得最新鲜有趣的就是艺术创意能力测试。如果说，科学分析素质题可以提高我们的判断力和思维逻辑能力，那么艺术创意题是很能锻炼我们的想象能力和语言组织能力，还可激发我们的艺术细胞。

因为没有经验，那么就需要做更多的准备工作。任何知识都源于实践，所以需要这段时间的实训将学校所学理论知识付诸实践，让其来检验所学。另外就是不要害怕失败，只要用心去做就可以了。等到熟练了，那么成功将是水到渠成的事情。只有通过不断的努力，不断的尝试，不断的积累经验，才能够发现自己的不足，然后在弥补不足的时候，我们便实实在在的提高了自己。实训是每一个合格的大学生必须拥有的一段经历，它使我们学到了很多知识，也打开了视野，增长了见识，为我们以后进一步走向社会打下基础。

这次实训的意义在于可以在机房完成实训模拟软件的流程操作，间接参与企业的运作过程，学习实践知识，同时进一步加深对理论知识的理解，使理论与实践知识相结合，圆满完成本科教学的实践任务。一般来说，学校的生活环境和社会的工作环境存在很大的差距，学校主要专注于培养学生的学习能力和专业技能，社会主要专注于员工的专业知识和业务能力。要适应社会的生存要求，除了要加强课堂上的理论知识外，还必须要亲自接触社会参加工作实践，通过对社会工作的了解指导课堂学习。以培养自己的适应能力、组织能力、协调能力和分析解决实际问题的工作能力。虽然我们没有正式参加工作进行实践，但是这次的机房实训让我们进一步了解关于企业推出新品牌的的基本流程。

实习收获,主要有四个方面。一是通过直接参与企业的运作过程，学到了实践知识，同时进一步加深了对理论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成了本科教学的实践任务。

这次的实训，把书面上的知识运用到了实际，这样不仅加深我们对营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的营销能力。通过团体合作，我们懂得了合作的重要性以及懂得了怎样去配合一个团体，这为我们以后面对社会打下了基础。这次的实践经历使我们终身受益，给我们积累了经验，能够让我们更好地面对未来。但是这几天我过得很充实，而且我有机会将我在书本上学到的东西应用到实践中支，同时也学到了许多书本上学不到的东西。这次实训也大大提高了我们班的凝聚力，我在这一次的实训中，对我们班的同学有了进一步的了解，同时也拉近了我和一些同学的关系，在人生的道路上我又多了几笔财富。

六、实习改进建议

1.增加实践环节。学生们共同的体会之一是“书到用时方恨少”。从销售终端的商品管理、价格确定，到渠道控制、广告投放、新品开发及至市场调研，都需要宽泛的理论知识支撑。极大的激发了大家的学习积极性，许多同学遗憾学习时不够努力刻苦。一个普遍反映的问题是同学们希望都能参加一次实际营销策划活动，以系统地了解企业运作过程，增强实践能力。在我们的教学计划中，虽然有二年级的社会调查实习，但专业性不强，投入不足。如果再设一次短期专业性社会实践，会促进学生学习，进一步增加实践知识。如果增加实际营销策划内容，会加大教师工作量。但是，增加社会实践环节，确实是实现营销专业人才培养目标的重要途径，尤其有助于学生就业。我们初步计划增加营销策划实践工作项目，使目前学生的参与人数从5%增加到10%。建议学校把专业性社会实践纳入教学计划。

2.加大教学改革力度。以社会需求为导向，调整课程设置。实习中了解到，目前社会需要大量的市场营销人才，可是，我们的学生却难以找到合适的岗位。客观表现为企业一般招聘有几年工作经验的人。其实企业的真正需要的是人才，这里折射出来的是：应届毕业生不算是人才。我们不能改变招聘条件，只能使自己成为人才。学生怎样才能成为人才，是我们面临的迫切问题。首先，要研究营销人才的内涵，然后以此调整培养目标、课程设置、教学目标、教学计划、学生知识和素质要求等。要加强就业指导工作，重视就业率，就业率是学院生存的重要基础。

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！