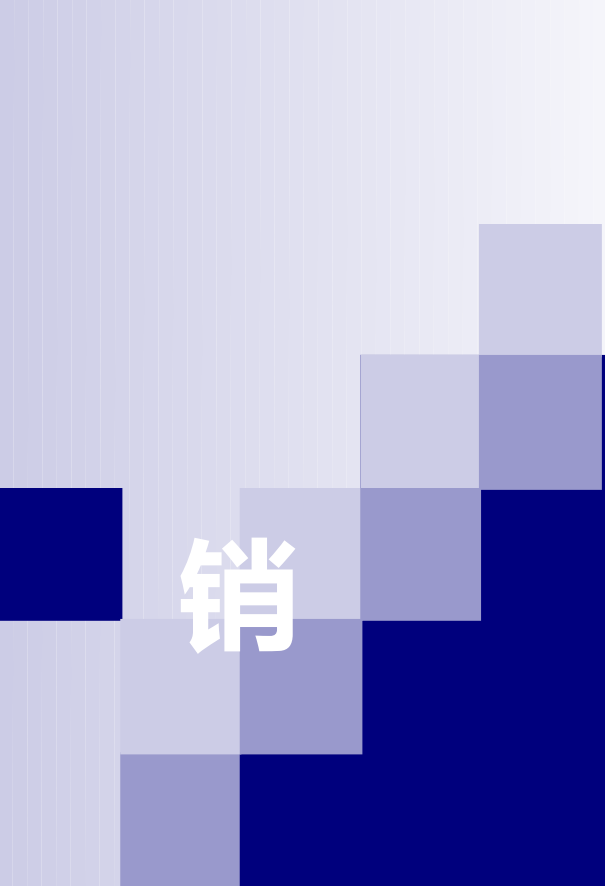




销

市场营

模拟软件实训

张晋光

办公室：西校区行政楼四层经管学院 5 号
房
短 号： 655123
E-mail: zjg1120@szpt.net

项目一：软件内容和实验思路讲解

因纳特市场营销模拟平台软件

YNT Marketing Simulation Platform SoftWare

用户登陆

用户名：

密码：

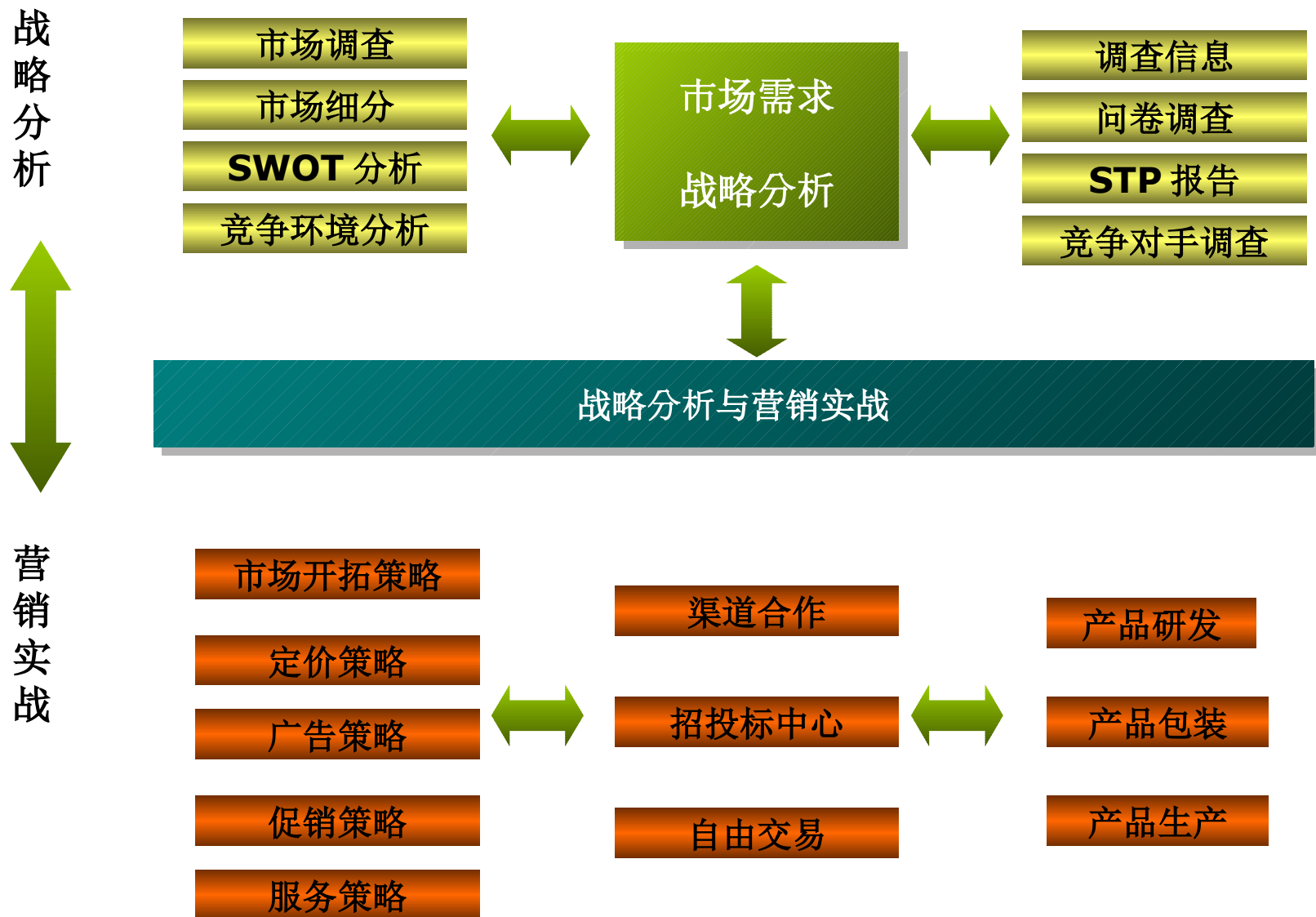
☒ 学生 ☐ 老师 ☐ 管理员

登录

重置

学生注册

《因纳特市场营销模拟平台软件》操作图示



项目二：市场分析及目标市场决策

■ 从市场调查、市场细分、**SWOT** 分析、竞争战略分析等方向，深入对市场的各个层面进行有目的性、有选择性的调查，锻炼学生分析市场，挖掘数据的能力，为营销实战提供指导思想。

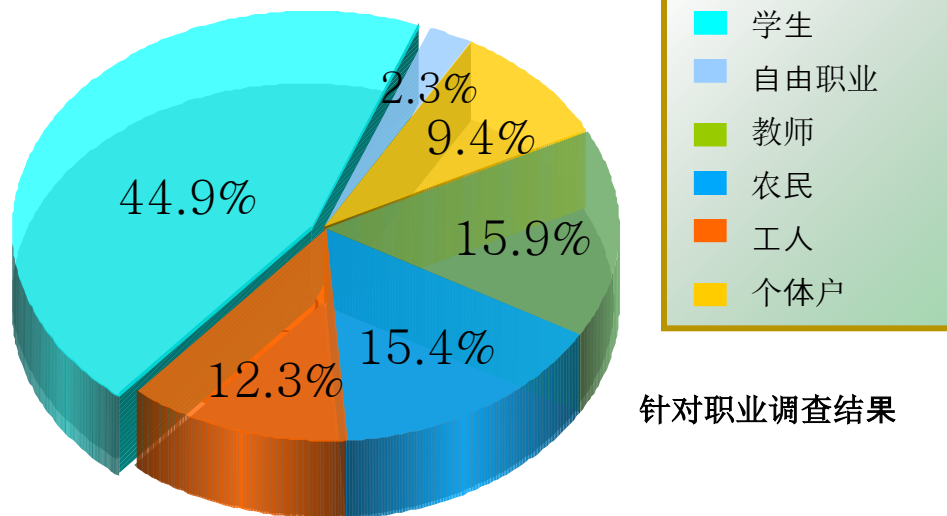
实训目的：

理解市场分析及目标市场决策是企业营销的前提和基础
了解熟悉市场分析的思路和方法
掌握基于需求分析基础上的市场细分、市场定位的方法

市场调查信息



市场调查问卷



针对职业调查结果

市场调查报告

根据调查结果，做市场调查报告

竞争对手调查

分析竞争对手

细分笔记

根据调查结果,
做市场调查报告

STP 报 告

制作 **STP** 报告

细分 **SWOT** 分析

优势	弱点
机会	威胁

SWOT 报告

根据分析结果,
做 **SWOT** 报告

竞争战略分析

进入市场门槛：中

买方议价能力：强

现存竞争者之间的竞争：强

卖方议价能力：弱

替代产品威胁：强

实验准备：建立虚拟企业

- 学生以 2-3 人为一组，成立虚拟企业
- 经营产品：电话机
- 为自己的企业及产品品牌命名



欢迎使用【因纳特市场营销模拟平台软件】，公司注册。

企业名称	丝宝集团
所在区域	华北地区
品牌名	丝宝
品牌信息	质量优质

提交

重置

操作主页面:

 因纳特市场营销模拟平台软件 V4.01
YNT Marketing Simulation Platform Software

我的首页

我的首页

修改密码

退出系统

公司状况

战略分析

产品管理

市场营销

产品销售

实训考核

Marketing in China



公司状态：正常

实验产品：电话机

当前年度：2001年

区域	开拓程度	市场份额	目标市场
华北地区	1.0	0	×
东北地区	1.0	0	×
华东地区	1.0	0	×
华南地区	1.0	0	×
西北地区	1.0	0	×
西南地区	1.0	0	×
华中地区	1.0	0	×

版权所有：深圳市因纳特科技有限公司 (YntSoft.com) All Right Reserved 建议使用1024*768分辨率浏览效果最佳

公司状况：包括公司信息、经营情况、收支情况，可供随时查阅

我们知道，人类传播是一个综合的系统，这个系统是由各种不同类型的传播活动组成的，每种类型的传播同时也是社会传播这个系统内的一个子系统。人际传播是社会生活中最直观、最常见、最丰富的传播现象，是指个人与个人之间的信息传播活动，可以是面对面的交流，也可以是借助书信、电话、传真、网络等各种媒介进行的传播。加拿大学者马歇尔·麦克卢汉指出：“任何新媒介都是一个进化的过程，一个生物裂变的过程。它为人类打开了通向感知和新型活动领域的大门。”从骨石竹木到书刊报纸，从电报传真到广播电视，从电脑网络到手机，人类需求的多样化与科学技术的发展进步，一次次推动了传播媒介的革命，从而推动了人际交往方式的变革。

战略分析：

■ 市场调查

- ☐ 市场信息调查
- ☐ 竞争对手调查
- ☐ 市场调查报告

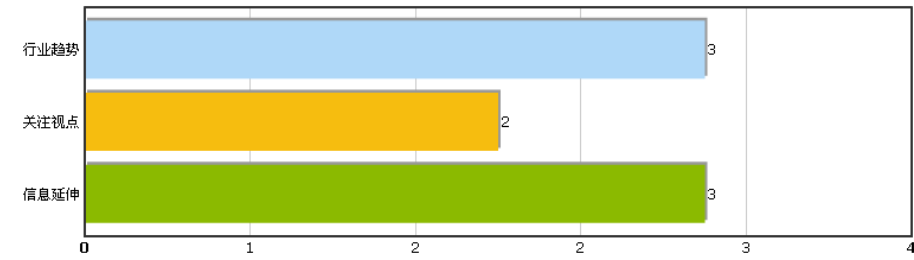
■ 市场细分

- ☐ 市场细分笔记
- ☐ S T P 报告

■ SWOT 分析

■ 竞争战略分析报告

内容数量信息



调查区域	标题	问卷数量	需花金额
华北地区			0

消费者特征			政府政策		
名称	费用(RMB)	选择 ☐	名称	费用(RMB)	选择 ☐
居住地	4	☐	全球政治经济形势	4	☐
年龄	4	☐	国内宏观经济环境	4	☐
个人收入	4	☐	国家电子行业政策	4	☐
性别	4	☐	地方政府产业环境	4	☐
职业	4	☐			
受教育程度	4	☐			

SWOT分析报告

细分笔记标题：市场细分笔记标题
细分内容：

SWOT分析是一种对企业的优势、劣势、机会和威胁的分析，在分析时，应把所有的内部因素(包括公司的优势和劣势)都集中在一起，然后用外部的力量来对这些因素进行评估。这些外部力量包括机会和威胁，它们是由于竞争力量或企业环境中的趋势所造成的

SWOT

企业内部条件

S 优势

W 弱势

企业外部条件

O 机会

T 威胁

请根据S(优势),填写小于300字的分析报告:



实训内容：

- 1. 建立虚拟企业及产品品牌
- 2. 市场调研分析
- 3. 目标市场及产品定位决策
- 4. 写出简要的市场分析报告



交流讨论：

各组的 market 分析报告

思考及小结：

- 做营销为什么要从市场分析入手？市场分析的目的是什么？
- 市场分析主要应分析哪些内容？
- 你是怎样进行目标市场选择和市场定位的？
- “品牌”也是此阶段的一项重要决策，你对品牌是如何考虑的？



松下 299 元



松下 699 元



西门子 295 元



西门子 755 元



步步高 135 元



西门子 149 元



TCL 99 元



TCL(银色) 99 元



飞利浦 89 元



堡狮龙(红) 69 元



高科 68 元



清华同方 45 元



中诺红桃木 66 元



中诺精品皮革 62 元



中诺小挂机 22 元



21 元



19 元

实训三：资金分配及产品经营

■ 实训任务：

- 1. 将初始资金在生产、研发、渠道、促销等环节合理分配
- 2. 进行模拟生产，为产品选择包装、定价、营销媒体等
- 3. 为产品档次升级选择技术研发和技术购买
- 4. 掌握厂商与零售商、超市、专卖店的合作方法

目的：

了解企业营销活动的大致过程

了解产品开拓市场的基本方法

实验要求:

- 全部是厂商角色，经营产品为电话机
- 各企业初始资本： 800 万元
- 实验数据均处于初始状态：
 - 产品品质等级：低档（最末级）
 - 品牌知名度，以及产品、价格、宣传等竞争力指数均为初始值

公司名称	丝宝集团	帐户号	1214531579593
信用等级	AA	帐户金额	8000000.00
所在区域	华北地区	产品档次	低档
品牌名称	丝宝		

区域	品牌知名度	市场份额	市场开拓度
华北地区	0.0000	0	1.0
东北地区	0.0000	0	1.0
华东地区	0.0000	0	1.0
华南地区	0.0000	0	1.0
西北地区	0.0000	0	1.0
西南地区	0.0000	0	1.0
华中地区	0.0000	0	1.0

区域	产品档次	定价
产品名	产品档次	产品库存
电话机	高档	0
电话机	中档	0
电话机	低档	0

实训内容：

- 1、在上一实验的决策基础上，考虑资金在生产、研发、渠道、促销等环节如何进行分配？
- 2、“产品研发”决策：选择技术研发或技术购买
- 3、产品包装决策
- 4、产品生产：系统会显示当前的最大生产量。每年的生产次数为10次。
- 4、关注“公司状况”在操作过程中数据的变化

“产品研发”决策：

投入项目	投入金额	适合产品	影响产品等级	研发失败率(%)	操作
预置拨号功能	20000.00	电话机	0.0300	4.0000	确认研发
编程电子密码锁	70000.00	电话机	0.1300	5.0000	确认研发
全触触摸屏按键设计	30000.00	电话机	0.0500	5.0000	确认研发
无绳电话机技术	65000.00	电话机	0.1100	5.0000	确认研发
磁石电话机技术	40000.00	电话机	0.0800	5.0000	确认研发
语音识别声控电话机技术	100000.00	电话机	0.2900	5.0000	确认研发
先进的语音压扩技术	80000.00	电话机	0.2500	5.0000	确认研发
遥控操作的语音提示技术	60000.00	电话机	0.1900	5.0000	确认研发
三级防雷击加强型保护电路技术	50000.00	电话机	0.1100	5.0000	确认研发
夜光功能技术	6800.00	电话机	0.0100	3.0000	确认研发
六万多组随机防盗密码技术	15000.00	电话机	0.0200	3.0000	确认研发

历史研发投

已投入研发项目	投入金额	影响产品等级	状态
预置拨号功能	20000.00	0.0300	研发成功

包装决策：

包装名称	我的包装设计图片	公共素材库	我的素材库
普通包装		进入选择	进入选择
精美包装	还没选择	进入选择	进入选择
豪华包装	还没选择	进入选择	进入选择

产品生产：

在没有研发投入之前默认的产品档次为低档，系统会显示当前的最大生产量。
每年的生产次数为 10 次。

包装价格	生产能力
3.00元/个	低档

高档产品库存数量	中档产品库存数量	低档产品库存数量	现有现金总量
0单位	0单位	0单位	7705184.00人民币

一次实验最多生产十次,请综合考虑每次生产数量,你已经生产了0次

目前 低档产品 最大生产能力	118541单位
高档产品库存数量	0单位
中档产品库存数量	0单位
低档产品库存数量	0单位
现有现金总量	7705184.00人民币
低档产品 生产成本	65.00人民币/单位
生产数量	10000 生产

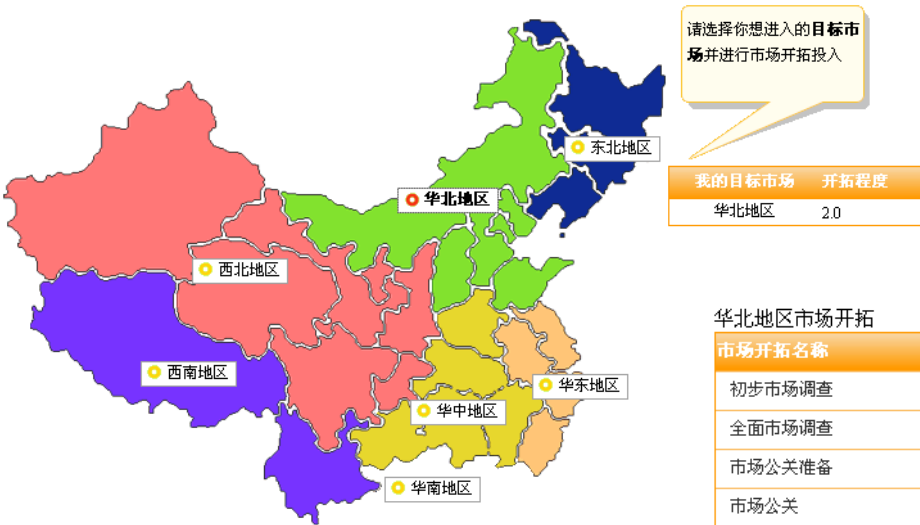
市场排名（暂时）

序号	学生名字	公司名称	品牌名称	销售额	总资本	利润率
1	杨达成&文素姗	深圳市速达有限公司	PoPhone	9184583.000RMB	586833.000RMB	.000%
2	孙少娜 吴雪	深圳创新有限公司	SP	4431162.000RMB	1197820.500RMB	.000%
3	罗镇鑫/ 欧阳毅超	鑫超有限责任公司	B&O	4082080.000RMB	1089400.500RMB	.000%
4	林泽华 王兵兵	身圳市卓越有限公司	CFY 为你改变	2224935.000RMB	3859354.000RMB	.000%
5	张丽华、 袁盈盈	艾梦	传音	1945450.000RMB	1472172.000RMB	.000%
6	蔡海庆 林稳平	TTListen	随听小王子	1680000.000RMB	4385400.000RMB	.000%
7	欧爱莲 苏琴	深圳爱琴海有限公司	Fly-up	928173.000RMB	3989089.000RMB	.000%
8	钟小芳 赵玲玲	叮玲玲~~	使命必通	824955.125RMB	4183342.000RMB	.000%

思考及交流：

- 对总资本是如何分配的？各环节大致的比例？是如何考虑的？
- 你是如何安排产品生产的？
- 对研发以提升产品档次是如何考虑的？
- 对自己的赢利和运作状况是否满意？有哪些经验和教训？

实训四：市场及分销渠道的开拓



华北地区市场开拓

市场开拓名称	开拓费用	货币类型	分值	简单说明	操作
初步市场调查	29800.00	RMB	1.0	对是否开拓该市场进行调查	开拓市场
全面市场调查	60000.00	RMB	3.0	对开拓该市场的可行性进行全面调	开拓市场
市场公关准备	30000.00	RMB	1.0	准备进入市场前的公共关系准备	开拓市场
市场公关	70000.00	RMB	4.0	全面本地市场公关	开拓市场
销售体系--总经销商	30000.00	RMB	1.0	设立一个总经销	开拓市场
销售体系--办事处	50000.00	RMB	2.0	在当地设立办事处	开拓市场
销售体系--分公司模式	100000.00	RMB	4.0	在当地设立分公司	开拓市场
人员培训	49800.00	RMB	2.0	销售人员培训投入	开拓市场

我的华北地区市场开拓

公司市场开拓名称	开拓费用(RMB)	开拓区域	分值	开拓时间
丝宝集团	29800.00	华北地区	1.0	2001年

华南地区 华中地区 华北地区 华东地区 西南地区 西北地区 东北地区

超市渠道								
渠道名称	所买产品	合作数量	进货价格	每件管理费用	品牌知名度要求	所在区域	产品档次	操作
家乐福	手机	1530件	1230.00元	10.70件/元	0.1300	华中地区	低档	点击合作
WALMART	手机	3100件	1153.00元	8.40件/元	0.1390	华中地区	低档	点击合作
华润超市	手机	2500件	1300.00元	10.20件/元	0.1800	华中地区	低档	点击合作
新一家超市	手机	1000件	1300.00元	11.40件/元	0.1000	华中地区	低档	点击合作
好又多超市	手机	1500件	1280.00元	10.60件/元	0.1200	华中地区	低档	点击合作
家乐福	手机	1500件	1400.00元	12.60件/元	0.2200	华中地区	中档	点击合作
WALMART	手机	2300件	1280.00元	11.20件/元	0.1300	华中地区	中档	点击合作
华润超市	手机	2500件	1400.00元	12.80件/元	0.1800	华中地区	中档	点击合作
新一家超市	手机	1000件	1450.00元	14.50件/元	0.1000	华中地区	中档	点击合作
好又多超市	手机	1500件	1380.00元	12.80件/元	0.1200	华中地区	中档	点击合作
家乐福	手机	1600件	1600.00元	18.50件/元	0.3100	华中地区	高档	点击合作
WALMART	手机	3300件	1550.00元	13.00件/元	0.3350	华中地区	高档	点击合作
华润超市	手机	2500件	1600.00元	19.00件/元	0.3800	华中地区	高档	点击合作
新一家超市	手机	1000件	1580.00元	17.70件/元	0.3000	华中地区	高档	点击合作
好又多超市	手机	1500件	1580.00元	15.10件/元	0.3200	华中地区	高档	点击合作

渠道合作

请填写合作订单的商品数量:

100

OKCancel

超市

华南地区 华中地区 华北地区 华东地区 西南地区 西北地区 东北地区

商场渠道								
渠道名称	所买产品	合作数量	进货价格	每件管理费用	品牌知名度要求	所在区域	产品档次	操作
华联百货	手机	16000件	1180.00元	8.40件/元	0.1300	华南地区	低档	点击合作
太平洋百货	手机	26000件	1125.50元	10.00件/元	0.1400	华南地区	低档	点击合作
正大百货	手机	20000件	1140.00元	8.98件/元	0.1400	华南地区	低档	点击合作
友谊百货	手机	10000件	1110.00元	9.10件/元	0.1500	华南地区	低档	点击合作
新世界百货	手机	12000件	1201.50元	9.50件/元	0.1450	华南地区	低档	点击合作
华联百货	手机	18000件	1270.00元	12.70件/元	0.1400	华南地区	中档	点击合作
太平洋百货	手机	25000件	1230.00元	12.30件/元	0.1400	华南地区	中档	点击合作
正大百货	手机	18000件	1400.00元	14.00件/元	0.1400	华南地区	中档	点击合作
友谊百货	手机	8000件	1310.50元	13.10件/元	0.1500	华南地区	中档	点击合作
新世界百货	手机	12500件	1230.00元	12.30件/元	0.1450	华南地区	中档	点击合作
华联百货	手机	11000件	10000.00元	16.30件/元	0.2400	华南地区	高档	点击合作
太平洋百货	手机	24000件	15500.00元	18.00件/元	0.1800	华南地区	高档	点击合作
正大百货	手机	16500件	1560.00元	16.50件/元	0.1900	华南地区	高档	点击合作
友谊百货	手机	12000件	1550.00元	17.10件/元	0.1800	华南地区	高档	点击合作
新世界百货	手机	11000件	1502.50元	17.40件/元	0.1450	华南地区	高档	点击合作

渠道合作

请填写合作订单的商品数量:

1000

OKCancel

商场

竞争投标：

标书详细内容

标题	国家财政部政府采购	发布公司名称	北京大风科技
联系电话	4758566589	地址	长安街
产品名称	手机	区域	华北地区
品牌知名度	0.1000	产品档次	低档
采购数量	1000	信用等级	AA
投标保证金	10000.00	标书价格	100.00
履约保证金	10000.00	违约罚款	100.00
付款日期	2008年	投标截止日期	2008年

返回

标题	发布公司名称	采购数量	投标截止日期	查看标书详情	查看发货配置	报价	操作
国家财政部政府采购	北京大风科技	1000	2008年	查看	查看	4561	购买标书并投标

自由市场交易：

产品名称	性质	产品档次	信息主题	数量	价格	发布厂商	所在区域	洽谈	交易
手机	买	高档	信息主题	44	34.00	并不	华北地区	洽谈	签合同
手机	买	中档	中档手机	1000	2100.00	并不	华北地区	洽谈	签合同
手机	买	低档	抵挡手机	600	600.00	并不	华北地区	洽谈	签合同
手机	买	高档						发布	放弃

■ 实训任务：

- 1. 熟悉了解各类销售终端的特性、要求
- 2. 学习信息洽谈、谈判、投标、签定合同、建立合作关系等要求及操作
- 3. 学习通过与其它厂商合作，增加产品销售

目的：

体会营销过程中的讨价还价技巧
体会厂商之间的竞争
了解企业开拓市场方面的相关工作

注意做好 “配送发货”：

不按期发货：将在年度结算时降低信用等级一级。

按期发货：本年无拖欠发货及其他违约情况提升信用等级一级

对方不能支付货款：将为对方违约，降低对方信用一级。

本年度应发货列表

发货公司	类型途径	数量	收货公司名称	收货公司区域	收货产品等级	发货时间	操作
并不	超市合作	1000件	家乐福	西北地区	低档	2008年	发货

历史年度未发货列表

发货公司	类型途径	数量	收货公司名称	收货公司区域	收货产品等级	发货时间	操作
------	------	----	--------	--------	--------	------	----

实训内容：

- 1. 了解各类渠道及用户的需求，制定初步的开发规划
- 2. 关注招标及自由市场的购销信息，发布自己的购销信息
- 3. 洽谈、签订合同（反复多次）
- 4. 配送商品
- 5. 尝试与多家分销商建立合作关系
- 6. 及时查看、关注资金及库存产品的变化
- 7. 总结企业经营业绩

讨论交流：

- 与哪些分销商建立了合作关系？有何经验、教训？应注意的问题有哪些？
- 在与其它厂商的沟通、谈判、合作中碰到了哪些问题？怎样解决？
- 投标方面有何经验、教训？

实训五：价格策略的运用

■ 实训任务：

- 复习和熟悉企业定价的依据和方法
- 尝试、体验不同价格策略下，企业营销的方式
- 据价格策略的变化，调整企业营销组合策略

目的：

学习体会营销过程中价格策略的运用技巧

学生可以在这里确定自己产品的价格，不同的区域会有不同档次的产品，所以价格的制定是根据区域内产品档次的情况；

系统会给出不同档次产品的参考范围价格，学生在此输入价格数目，点击提交。

华南地区	华中地区	华北地区	华东地区	西南地区	西北地区	东北地区
------	------	------	------	------	------	------

产品档次	建议定价范围	定价
高档产品	80.20-85.70	80
中档产品	74.00-81.00	75
低档产品	70.60-75.00	71
		提交 重置

实训内容：

- 1． 分析讨论企业产品的定价方法和策略
- 2． 为产品进行定价
- 3． 其它营销组合策略的调整、实施
- 4． 及时关注和了解自己的经营状况

讨论交流：

- 1. 企业价格策略制定的主要依据？
- 2、主要的定价策略？
- 3. 在不同价格策略下，如何实现企业利润最大化？

实训六：促销组合策略的运用

■ 实训任务：

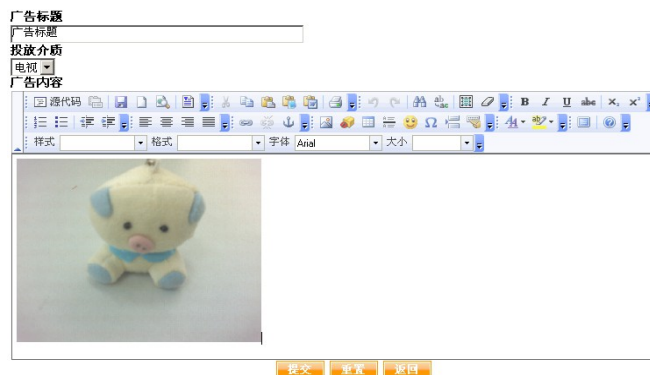
- 对产品的促销组合进行合理规划
- 设计产品的促销方案
- 设计产品的营业推广方案

目的：

了解和熟悉营销中各种促销媒体资源及选择
学习体会企业促销策略的设计及实施

广告策略：

- 广告内容设计
- 电视媒体投放
- 纸面媒体投放
- 户外媒体投放
- 直邮媒体购买
- 网络媒体投放



电视媒体广告投放

媒体名称	投放的金额	收费单位	宣传有效度(%)	交易货币	所在区域	操作
CCTV-2	11000.00	5秒	5.0000	RMB	华北地区	选择该媒体
CCTV-5	12000.00	5秒	6.0000	RMB	华北地区	选择该媒体
北京卫视	9000.00	5秒	4.0000	RMB	华北地区	选择该媒体
天津电视台	7800.00	5秒	3.0000	RMB	华北地区	选择该媒体
北京电视台	6800.00	5秒	0.9000	RMB	华北地区	选择该媒体
山东电视台	12000.00	5秒	5.0000	RMB	华北地区	选择该媒体
河北电视台	9000.00	5秒	4.0000	RMB	华北地区	选择该媒体
济南电视台	7500.00	5秒	2.0000	RMB	华北地区	选择该媒体

广告主题	投放媒体	媒体类型	投放金额	区域	操作
wcbbvc	CCTV-2	电视	55000.00	华北地区	查看广告内容 关闭
户外设计	市公交车侧面广告位	户外	100000.00	华北地区	查看广告内容 关闭

及时掌握自己的投资和投放效果

！

营业推广策略（促销策略）：

- 降价策略
- 促销策略（营业推广）

产品档次	定价	降价百分比
高档产品	80.00	1 %
中档产品	75.00	2 %
低档产品	71.00	3 %
		提交 重置

- 促销活动策划

促销策略

方案选择成功!

方案名称	方案说明	促销费用(RMB)	市场份额增长比率(%)	操作
礼品赠送	对该区域所有销售产品赠送礼品。	30000.00	25.0	制定该促销方案
抽奖策略	按照1%的中奖比例中奖。	30000.00	26.0	制定该促销方案
买一送一	买一送一小礼品。	100000.00	38.0	制定该促销方案
捆绑销售	与同类附件产品捆绑销售。	30000.00	12.0	制定该促销方案

已完成促销方案

方案名称	方案说明	预计促销费用(RMB)	市场份额增长比率(%)	方案制定时间	是否实施
礼品赠送	对该区域所有销售产品赠送礼品。	30000.00	25.0	2001	未实施

促销活动主题 主题内容
区域 华南地区
促销策略 礼品赠送
促销内容 对该区域所有销售产品赠送礼品。
活动费用 30000.00

促销活动策划工具界面截图，包含文本编辑工具栏、格式选择器、字体大小选择器、以及一个用于输入促销活动的表格。

促销活动具体描述

活动时间 2008年-2009年

促销活动历史

主题	区域	策略	活动内容	活动费用	活动持续时间
主题内容	华南地区	礼品赠送	对该区域所有销售产品赠送礼品。	30000.00	2008年-2009年

及时查看!

■ 服务策略

可针对不同区域，选择不同的服务策略，以增加企业的竞争力

选择服务项目

服务项目	实施费用	覆盖范围比例	作用区域	实施年限	操作
开通免费服务电话	42000.00元	7%	华南地区	1年	实施
统一销售服务终端形象设计	98000.00元	15%	华南地区	1年	实施
创立“掌心服务体验日”	35000.00元	8%	华南地区	1年	实施
建立顾客档案系统	24000.00元	4%	华南地区	1年	实施
建立市级维修服务中心	110000.00元	22%	华南地区	1年	实施
开发免费游戏软件	90000.00元	15%	华南地区	1年	实施
免费送货	45000.00元	9%	华南地区	1年	实施
产品30天内无条件免费更换	60000.00元	10%	华南地区	1年	实施
提供低价彩铃、屏保下载	55000.00元	10%	华南地区	1年	实施

我已实施的服务项目

公司名称	服务项目	费用	覆盖比例	服务区域	服务期限	服务开始时间
恩恩	统一销售服务终端形象设计	98000.00元	15%	华南地区	1年	2008年



实训内容：

- 1. 对产品促销媒体选择及投入进行合理规划
- 2. 设计产品在主要媒体的促销方案
- 3. 设计产品的营业推广方案



讨论交流：

- 如何考虑和选择宣传媒体？
- 宣传策略是如何设计的？
- 采取了哪些营业推广的方式？

实训七：营销过程中的辅助工作

系统自动统计出所有支出的费用，要随时掌握和了解自己的支出费用

支出统计表

查询历史帐户支出情况 2001 年 查询

2001年帐户支出情况

账目名称	支出金额
研发投入	30000.00
研发投入	70000.00
研发投入	40000.00
研发投入	70000.00
研发投入	100000.00
研发投入	70000.00
购买技术	80000.00
购买技术	80000.00
购买技术	140000.00

■ 实训任务：掌握好企业资金的变化情况

- 记录资金和库存产品在销售前后的变化
- 记录与不同合作对象实施合作的费用支出
- 进行库存处理，产品营业推广时，记录资金的变化
- 利用相关的计算工具核算库存、总资本在各项操作前后的变化规律

目的：

了解企业营销活动过程中成本、费用等数据计算与分析

实训内容：

- 1．重新开始模拟生产
- 2．分别与销售终端、分销商合作，记录总资本的变化
- 3．采取一定的宣传和促销策略，记录总资本的变化情况
- 4．进行库存处理，记录资金及库存的变化
- 5．将自己的记录数据与系统自动计算的结果相对比



交流讨论：

- 与终端、分销商合作时的费用？
- 促销费用的核算？
- “利润计算表”的计算？
- 在控制和降低成本方面有何经验或教训？

实训八：产品营销综合实验

■ 实训任务：

- 转换产品，重新组合成立虚拟企业
- 模拟完成连续四年的产品生产、销售、促销以及财务计算等实验
- 完成综合实训的总结报告

目的：

了解整个营销过程的组织和运作
全面了解企业营销组合策略的制定和实施
使学生加深对营销工作的了解



交流讨论：

- 从“市场排名”，总结分析企业经营业绩
- 从营销策略、技巧方面进行总结
- 整个实训有哪些收获和体会？