



经济管理实验教学中心

《营销模拟实验》讲义

(适用于大学本科各专业)

深圳大学经济管理实验教学中心

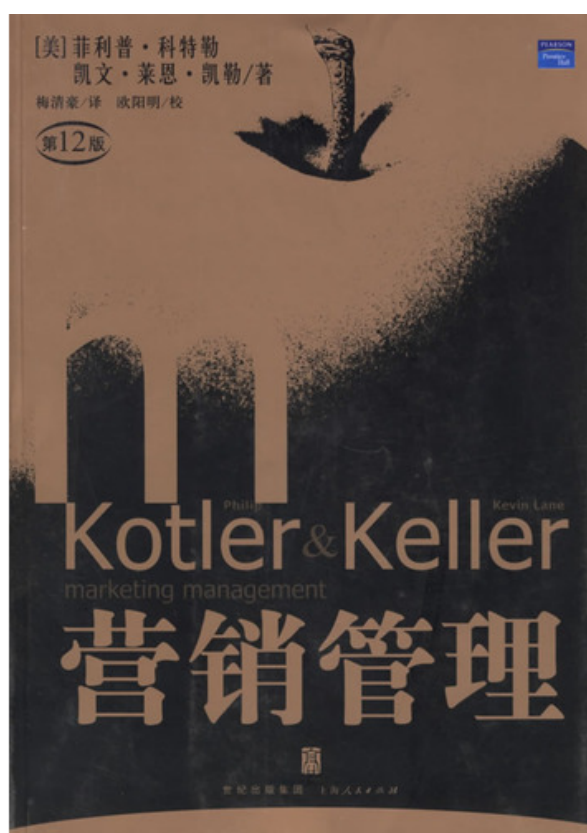
2007. 10

《营销模拟实验》讲义

教材及参考书

教材: **SimMarketing** 配套教学资料, 因纳特市场营销模拟平台软件及实验指导书。

参考书:



教学目标

通过计算机模拟商业竞争市场环境学习实践性的营销管理工作，可以巩固学生所学过的市场营销理论知识，培养学生理论联系实际的动手动脑能力，训练学生的分析和决策能力，提升学生的团队合作意识和沟通协调能力。

主要教学内容

实验平台：Simmarketing

特点：系统完整性、国际性，重点考察对基础营销理论的理解与运用

课程特点

实践操作性

对抗性

综合性

有限时间内的决策

成绩评定方法

平时成绩由平时出勤、课堂讨论、平时实验练习以及遵守课堂秩序情况三方面决定，占学期总评成绩的 **30%**；期末考试成绩由最后一个实验的成绩决定（实验时间大约持续 **5 至 6 周**），期末考试成绩占学期总评成绩的 **70%**。不再另举行期末考试。

成绩提交：提交最后一个考试实验的实验报告。实验报告需包括该实验所有季度的经营结果，排名以及 **SWOT** 分析报告）。

因本实验课程的教学特点,本课程没有附有题。

成绩评分采用:电脑评分、学生内部评分与教师评分相结合的方式。

成绩采用百分制,低于 **60** 分为不及格。

本课程特设奖项

杰出 **CMO** 奖



国际企业管理挑战赛 (**GMC**)

<http://www.gmc-china.net>

入门

SimMarketing 的设计思想

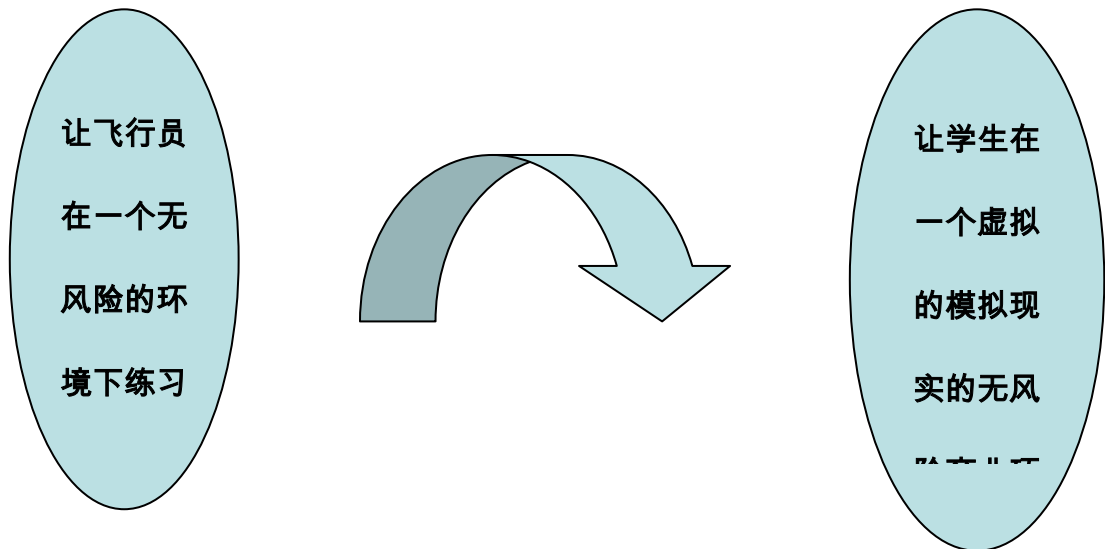
SimMarketing 的整体流程

认识模拟世界

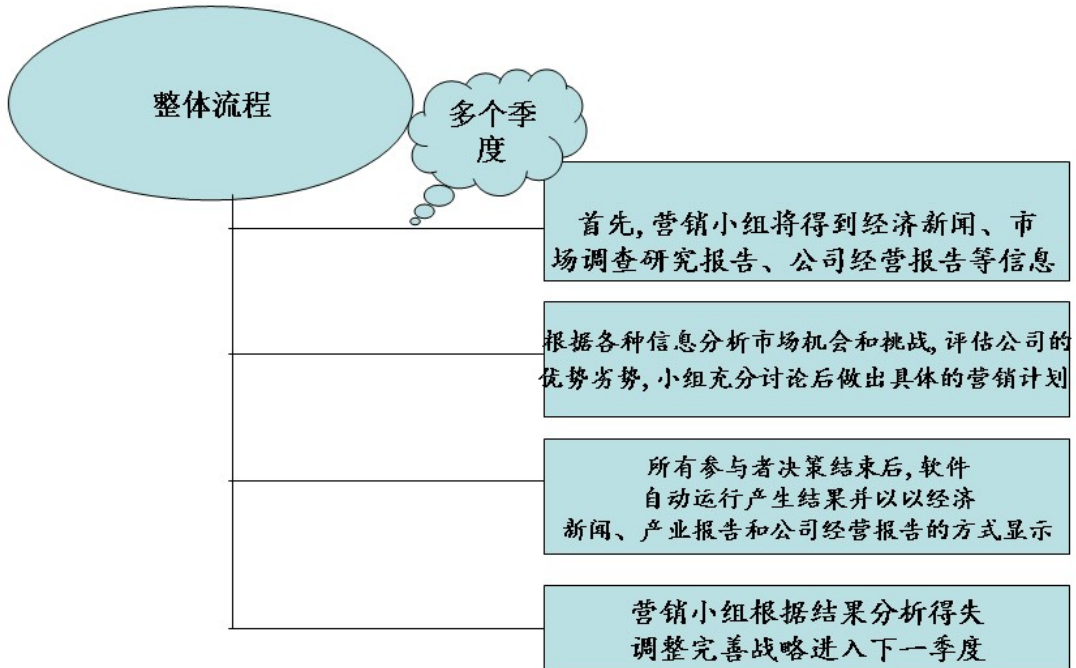
SimMarketing 的设计思想

飞行模拟软件

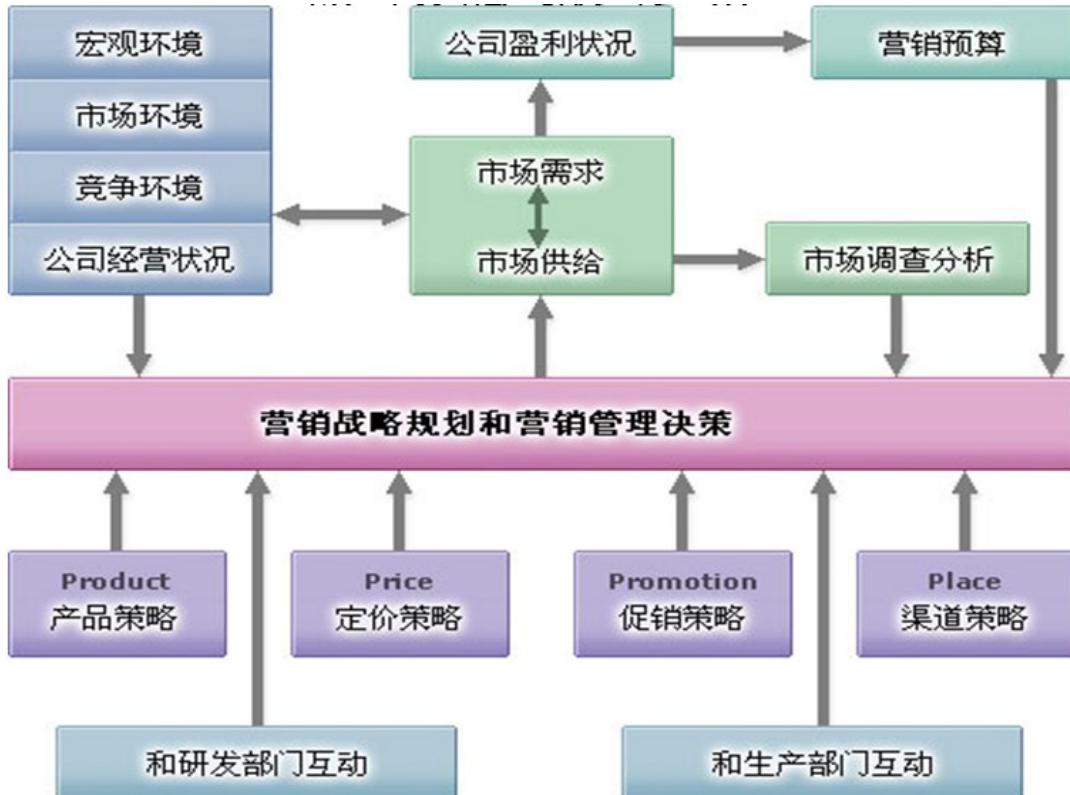
SimMarketing 营销模拟教学软件

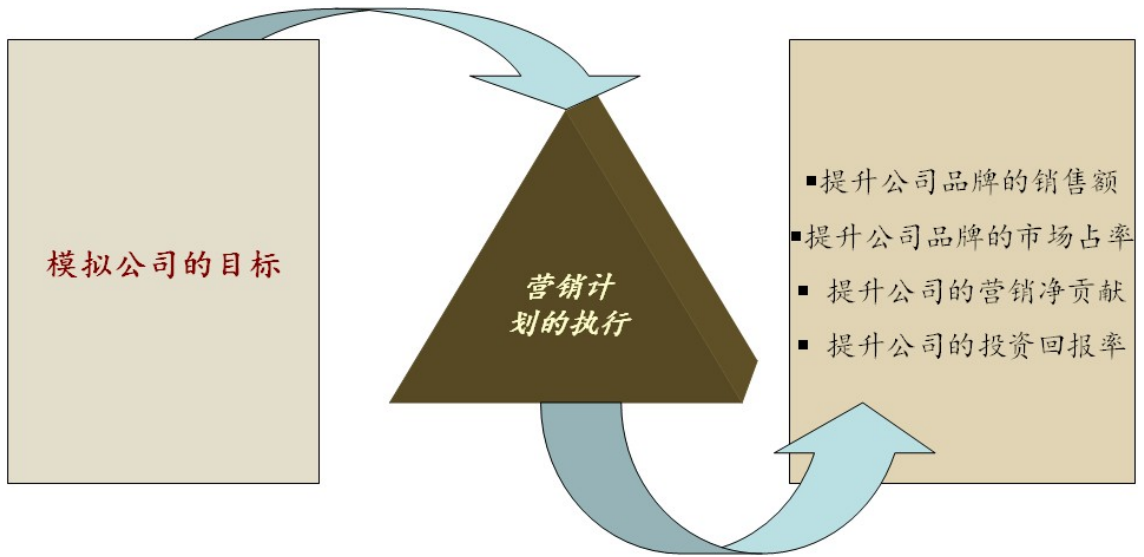


SimMarketing 的整体流程

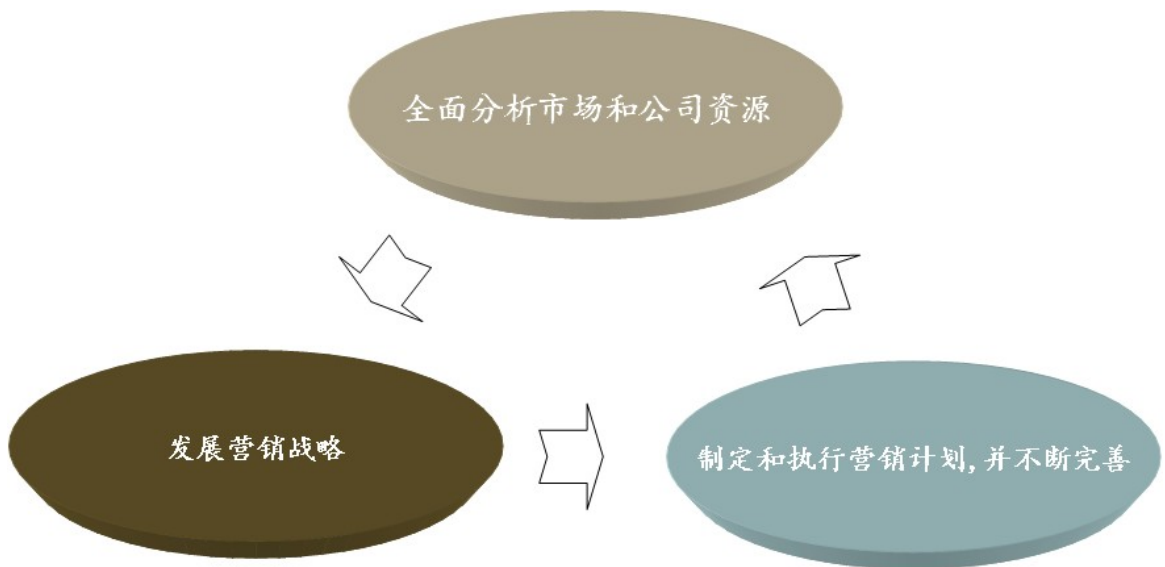


认识模拟世界

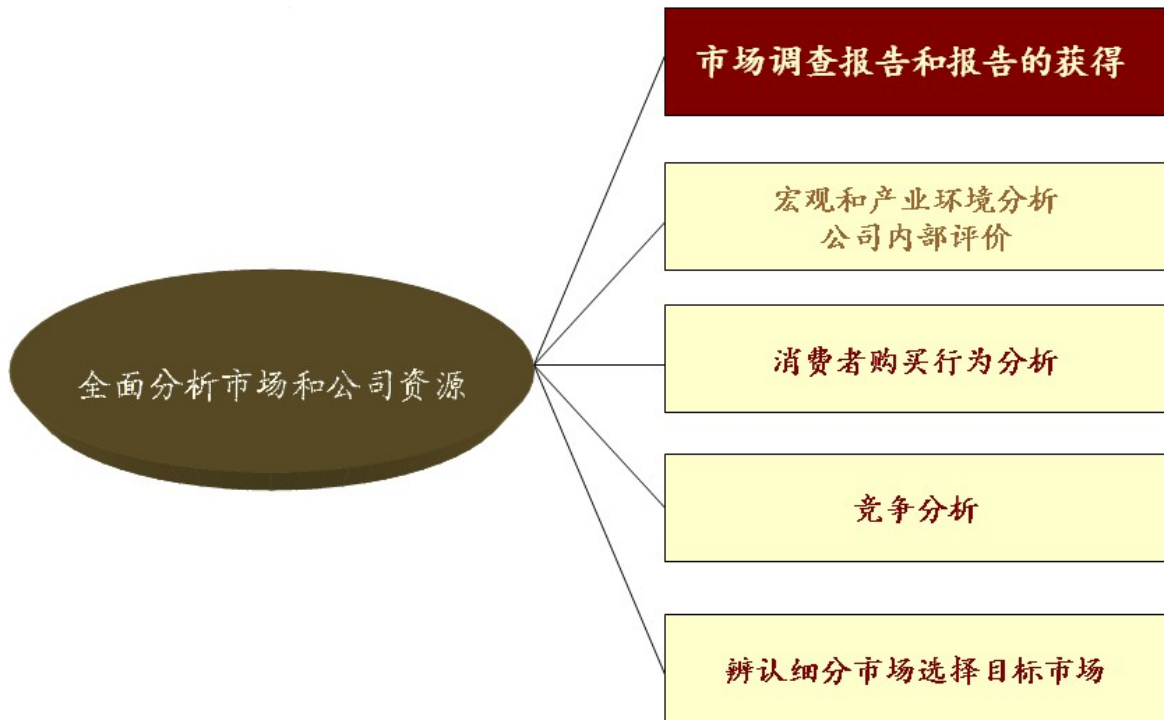




营销小组任务



一、全面分析市场和公司资源



市场调查报告和报告的获得

市场调查报告主要包括：

消费行为调查

消费者购买使用调查

销售渠道调查

语义量表分析

多元分析

竞争对手调查

附： 在开始季度，为了方便各个小组全面了解整个产业和竞争者的状况, Sim Marketing 提供了完整的调查报告. 下一季度, 在每一项决策后面最后一页—**市场调研**

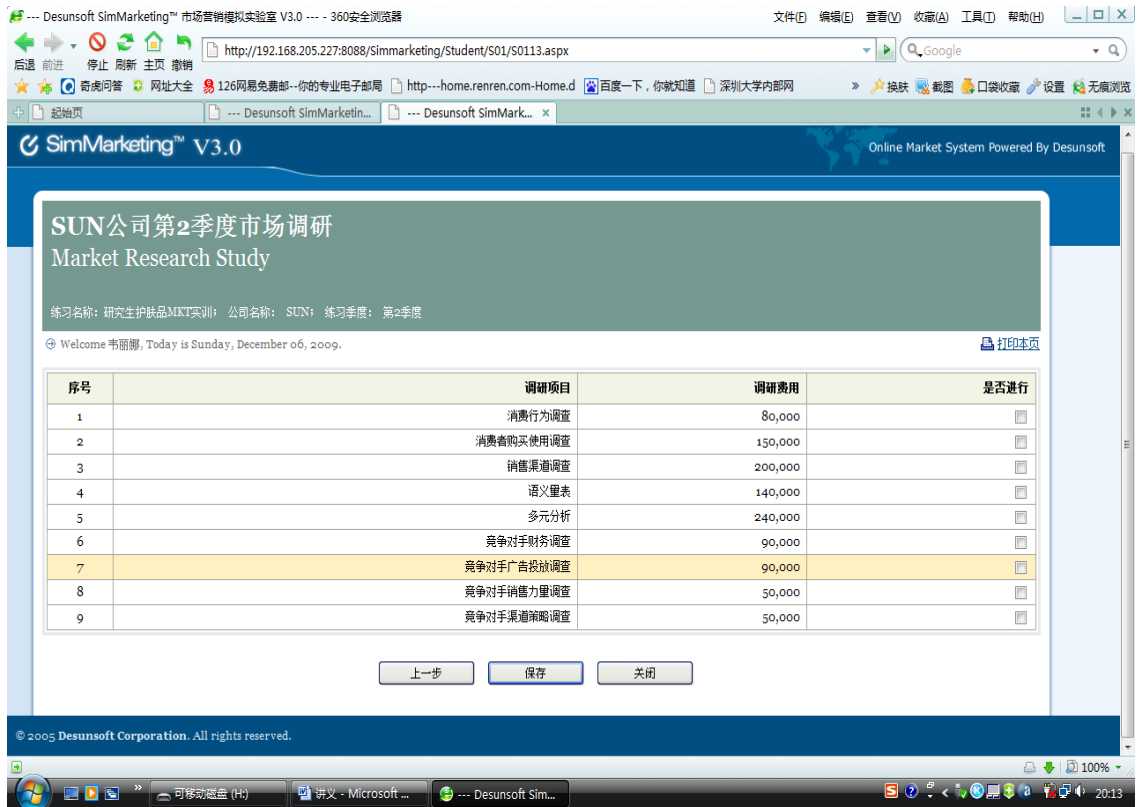
市场调查报告



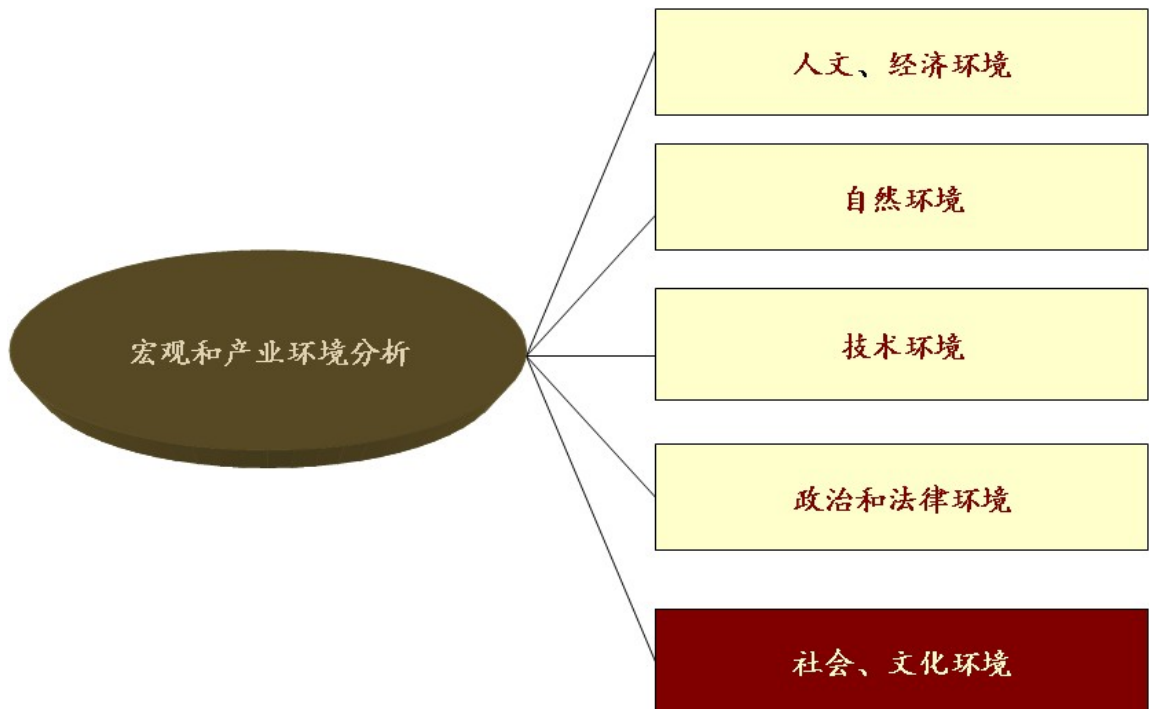
市场研究报告



《营销模拟实验》讲义



宏观和产业环境分析、公司内部评价



产业经济环境



公司内部评价:SWOT 分析



消费者购买行为分析

决策者需要考虑：

谁是该产品的消费者？(who)

消费者买什么？(what)

他们为何购买？(why)

谁参与购买？(who)

什么时候购买？(when)

在什么地方购买？(where)-购买渠道

如何购买？(how)

竞争分析

行业分析(波特的五力分析模型)

①同行业竞争者:营销小组可以通过各种产业新闻、股票信息、公司表现指标等调查报告来判断行业中的竞争者的状况经营状况，通过竞争对手财务表现、竞争对手广告投放等竞争者情报来分析竞争对手的营销策略。

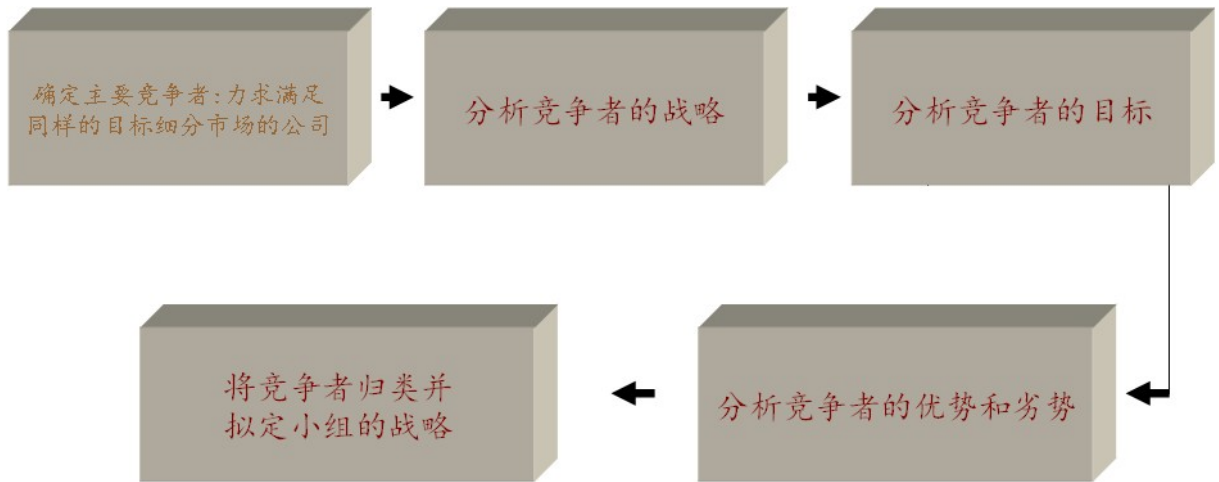
②潜在的新参加竞争者

③替代产品(如果某个市场存在替代产品或者有潜在的替代产品，那么这个市场就会失去吸引力)

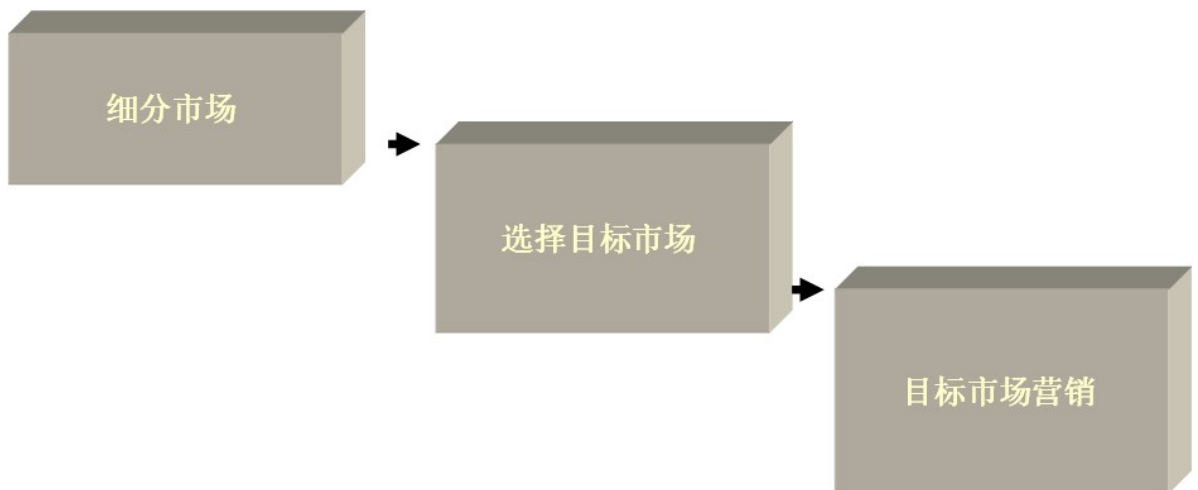
④购买者(如果某个细分市场中的购买者的讨价还价的能力很强或者正在加强，则该细分市场就没有了吸引力)

⑤供应商(如果公司的供应商，无论是原材料和设备供应商、公用事业还是银行等，能够提价或者降低产品和服务的质量或者减少供应数量，那么该公司所在的细分市场就会没有吸引力)

分析竞争者



辨认细分市场选择目标市场



二、发展营销战略

形成竞争战略:

市场领导者战略

市场挑战者战略

市场追随者战略

市场补缺者战略

开发定位战略

产品生命周期的营销战略

开发新的产品市场

三、制定执行营销计划

1.环境分析预测(SWOT 分析和市场规模预测)



注:小组根据整体市场大小、整体市场成长率、细分市场大小、细分市场占有率等趋势图以及公司整体表现、产业经济新闻的相关内容,对市场在下一个季度的规模作出预测.



2. 确定营销目标



3.制定战略决策

①新品研发



②品牌组合



《营销模拟实验》讲义

SUN公司第2季度计划品牌销售量
Estimated Brand Sales by Segment

练习名称: 研究生护肤品MKT实训; 公司名称: SUN; 练习季度: 第2季度

Welcome 韦丽娜, Today is Sunday, December 06, 2009.

品牌名称		低收入者	高收入者	总计
SUNA	上季度销售量	3,760,028	523,372	4,283,400
	本季度目标销售量	4,600,000	624,000	5,224,000
	变化 (+/-)	839,972	100,628	940,600
SUN1	上季度销售量	216,324	413,994	630,318
	本季度目标销售量	375,000	739,200	1,114,200
	变化 (+/-)	158,676	325,206	483,882

③**定价策略**(以需求为导向的定价方法、以成本为导向的定价方法、以利润为导向的定价方法和以竞争为导向的定价方法)

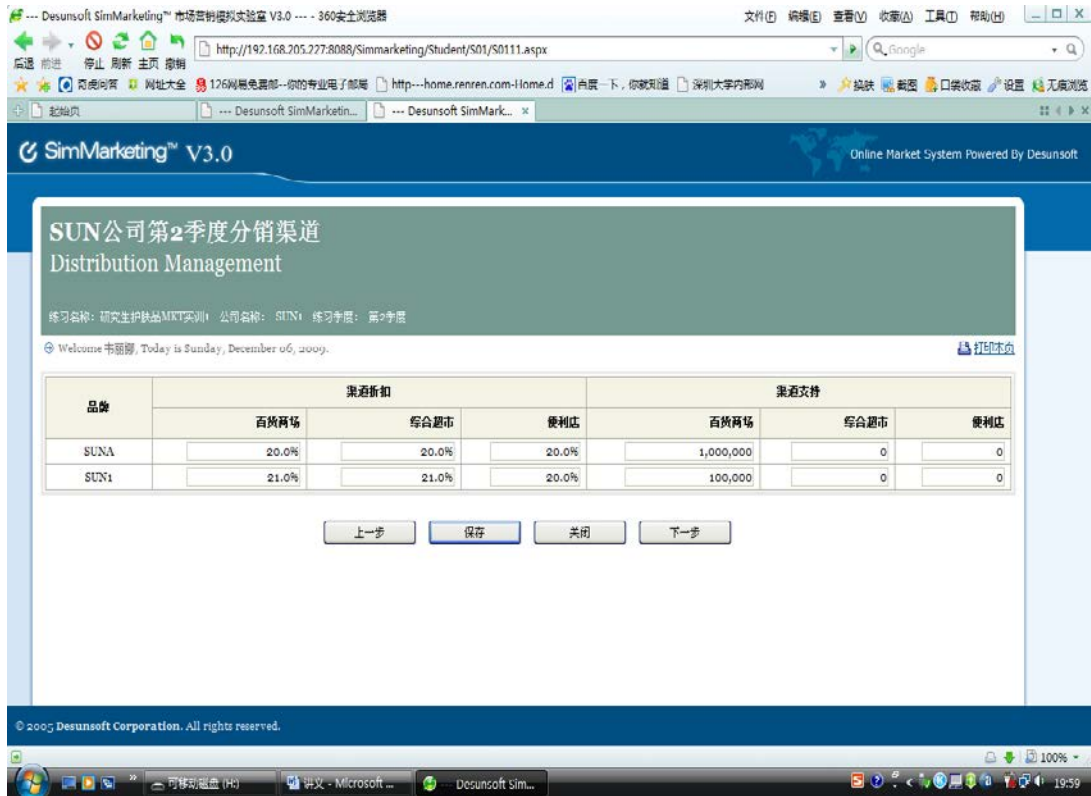
SUN公司第2季度产品定价
Brand Pricing

练习名称: 研究生护肤品MKT实训; 公司名称: SUN; 练习季度: 第2季度

Welcome 韦丽娜, Today is Sunday, December 06, 2009.

品牌名称	期初成本	定价策略		
		上季度定价	本季度定价	调价幅度
SUNA	10.2	22.0	18.0	-18.2%
SUN1	10.2	48.0	48.0	0.0%

④渠道策略



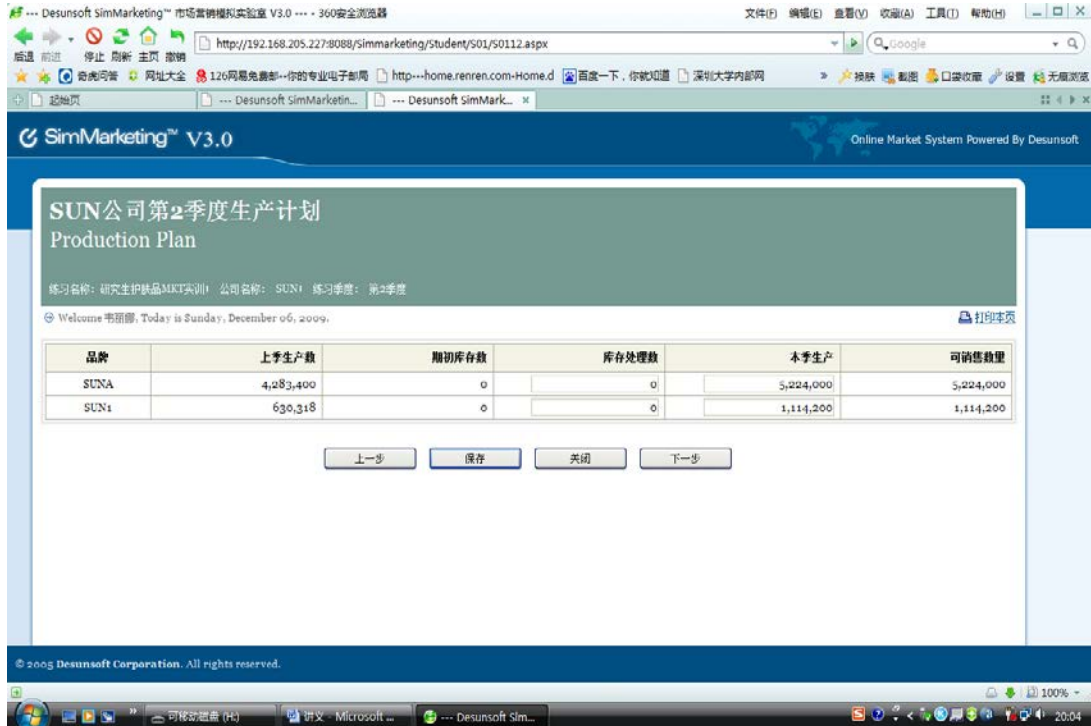
⑤ 促销策略



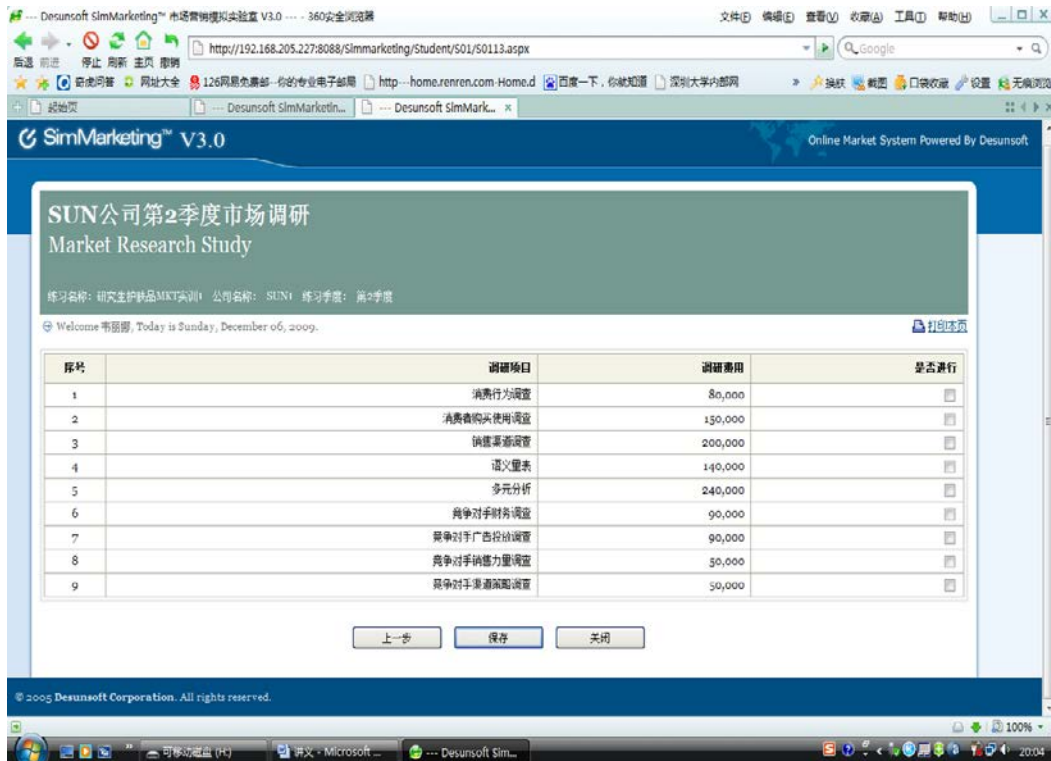
⑥ 销售力量的管理



⑦生产计划



⑧调研计划



4.执行营销计划

查看结果



SUN公司第2季度公司营销结果
Company Performance

练习名称: 研究生护肤品MKT实训; 公司名称: SUN; 练习季度: 第2季度

Welcome 韦丽娜, Today is Sunday, December 06, 2009.

项目	上季度	本季度	变化率
销售情况			
销售数量	4,913,718	4,607,485	-10.0%
平均销售价格	25.0	22.8	-9.1%
平均出货价格	20.0	18.1	-9.2%
销售收入(K¥)	98,128	83,566	-14.8%
生产库存			
产品生产数量	4,913,718	5,070,560	0.0%
产品库存数量	0	0	-
已销售产品成本	50,120	43,237	-13.7%
库存维持费用(K¥)	0	0	-
库存处理损失(K¥)	0	0	-
营销前的贡献(K¥)	48,008	40,329	-16.0%
市场运作			
广告费用(K¥)	6,707	6,538	-2.5%
广告研究支出(K¥)	2,200	2,200	0.0%
销售组织费用(K¥)	1,760	1,710	-2.8%
销售渠道支持(K¥)	1,000	1,100	10.0%
营销后的贡献(K¥)	36,341	28,781	-20.8%

《营销模拟实验》讲义

Desunsoft SimMarketing™ 市场营销模拟实验室 V3.0 --- 360安全浏览器

http://192.168.205.227:8088/Simmarketing/Student/S01/S0118.aspx

平均出货价格	20.0	18.3
销售收入 (K¥)	98,128	116,177
生产库存		
产品生产数量	4,913,718	6,338,200
产品库存数量	0	0
已销售产品成本	50,120	64,650
库存维持费用 (K¥)	0	0
库存处理损失 (K¥)	0	0
营销前的贡献 (K¥)	48,008	51,528
市场运作		
广告费用 (K¥)	6,707	6,538
广告研究支出 (K¥)	2,200	2,200
销售组织费用 (K¥)	1,760	1,710
销售渠道支持 (K¥)	1,000	1,100
营销后的贡献 (K¥)	36,341	39,980
其它		
市场调研费用 (K¥)	240	0
新品研发成本 (K¥)	250	200
意外收入支出 (K¥)	0	0
净贡献 (K¥)	35,851	39,780
投资回报率	57.6%	52.1%

关闭

© 2005 Desunsoft Corporation. All rights reserved.

Desunsoft SimMarketing™ 市场营销模拟实验室 V3.0 --- 360安全浏览器

http://192.168.205.227:8088/Simmarketing/Student/S01/S0116.aspx

Overall Budget

练习名称: 研究生护肤品MKT实训; 公司名称: SUN; 练习季度: 第2季度

Welcome 韦丽娜, Today is Sunday, December 06, 2009. [打印本页](#)

项目	第1季度	第2季度
广告费用		
广告费用 (K¥)	6,707	6,538
广告研究支出 (K¥)	2,200	2,200
销售组织		
招聘培训费用 (K¥)	50	0
解聘费用 (K¥)	0	0
薪资及运作成本 (K¥)	1,710	1,710
其它		
销售渠道支持 (K¥)	1,000	1,100
市场调研费用 (K¥)	240	0
新品研发成本 (K¥)	250	200
本季度预算总计 (K¥)	13,910	17,925
分配营销预算 (K¥)	12,157	11,748
尚未使用的预算 (K¥)	1,753	6,177

关闭

© 2005 Desunsoft Corporation. All rights reserved.

Desunsoft SimMarketing™ 市场营销模拟实验室 V3.0 --- 360安全浏览器

http://192.168.205.227:8088/Simmarketing/Student/501/50117.aspx

SUN公司第2季度计划各品牌贡献

Brand Contribution Forecast

练习名称: 研究生护肤品MKT实训 | 公司名称: SUN | 练习季度: 第2季度

Welcome 李朋朋, Today is Sunday, December 06, 2009. [打印本页](#)

项目	总计	SUNA	SUN1
产品基础工程		PRJ01	PRJ01
销售情况			
销售数量	6,338,200	5,224,000	1,114,200
平均销售价格	23.0	17.8	47.5
平均批发价格	18.3	14.2	37.6
销售收入(KY)	116,177	74,248	41,930
生产库存			
产品生产数量	6,338,200	5,224,000	1,114,200
平均转移成本	10.2	10.2	10.2
已销售产品成本	64,650	53,285	11,365
库存数量	0	0	0
库存维持费用(KY)	0	0	0
库存处理费用(KY)	0	0	0
营销前的贡献 (KY)	51,528	20,963	30,565
市场运作			
广西费用(KY)	4,467	2,282	2,185
广告研究支出(KY)	2,200	0	2,200

总结

通过上一季度的结果,总结得失,进一步完善小组下一季度计划.

评分标准

附：实验成绩的评定

200260班评分标准

Grade Standard

班级名称: 200260

Welcome leon, Today is Monday, January 24, 2005. [打印本页](#)

项目	基数	系数	最小	最大	说明
市场占有率指数	1.00	0.55	0.45	12.00	基数 + 系数 * (本季度占有率 - 0季度占有率) / 0季度占有率
销售收入指数	0.80	0.35	0.45	7.80	基数 + 系数 * (本季度销售收入 - 0季度销售收入) / 0季度销售收入
投资回报率指数	1.00	0.50	0.10	11.00	基数 + 系数 * (本季度回报率 - 0季度回报率) / 0季度回报率
研发水平指数	1.00	0.15	1.00	3.40	基数 + 系数 * (本季度完成项目数 - 0季度完成项目数) / 0季度完成项目数
总数	市场占有率指数 * 销售收入指数 * 投资回报率指数 * 研发水平指数				
股价指数	本季度总分 * 100 / 0季度总分, 变动范围 [2]~[350,064] (整数)				
小组得分	根据下列参数计算, 可以调整参数保存以查看变化				

股价指数到百分制转换标准			股价指数到百分制转换示例	
参数	数值	说明	股价指数	小组得分
最低分	33.00	指定小组最低的分 (0~100)	5	45
最高分	100	固定100分	35	61
斜率	0.61	斜率越大得分随着股票指数变化越快	70	68
压缩比	60.00	压缩比越大得分随着股票指数变化越慢	100	72
			200	78
			400	84
			800	89
			1600	92
			3200	94.5

学生评分:最终成绩 = 个人得分 * 练习得分比例 + 老师加分

200260班学生评分

Student Score Grade

班级名称: 200260

Welcome leon, Today is Monday, January 24, 2005.

[打印本页](#)

模拟练习状况					评分结果		
分组	小组得分	学号	姓名	个人得分	练习得分 (90)	老师加分 (10)	最终成绩 (100)
1	80	s8	s8	<input type="text" value="0"/>	0	<input type="text" value="0"/>	0
2	63	s7	s7	<input type="text" value="63"/>	56	<input type="text" value="10"/>	66
3	56	s3	s3	<input type="text" value="56"/>	50	<input type="text" value="10"/>	60
4	63	s2	s2	<input type="text" value="63"/>	56	<input type="text" value="10"/>	66

小组内部评分

当所有的营销小组都完成所有的决策季度之后, 可以开始小组内部评分.

200260班小组得分

Team Score Card

班级名称: 200260

Welcome leon, Today is Monday, January 24, 2005.

[打印本页](#)

季度:

评分项目	最高分	最低分	平均分	DAK	ELE	SUN	UNH
市场占有率指数	1.66	0.65	1.00	1.66	0.96	0.73	0.65
销售收入指数	1.45	0.58	0.84	1.45	0.64	0.58	0.68
投资回报率指数	0.91	0.41	0.67	0.91	0.58	0.41	0.78
研发水平指数	1.05	1.00	1.01	1.00	1.00	1.05	1.00
总数	2.18	0.18	0.76	2.18	0.35	0.18	0.34
股价指数	273	23	96	273	44	23	43
小组得分	80	56	66	80	63	56	63

预祝各位都取得优异的成绩!