创业实训模拟公司

成本预算与营销策划

创业实训教师手册

教师手册使用说明

1. 此手册作为实训师进行实训授课的教学指南
2. 因各地学时不同，若本手册各模块内容与本地教学计划不完全相同，请以本地教学计划为纲进行教学
3. 实训师在授课中可根据需要添加案例分析、游戏等内容，以丰富教学内容与手段，达到好的教学效果
4. 授课过程中的休息时间为1~2次，每次10分钟，实训师可自行调配
5. 在使用过程中，期待您提出宝贵的改进意见，可联系本地区分中心教学教务负责人

目标与时长

- 实训目标：

1. 学习做产品成本预算
2. 了解成本费用和产品定价的关系
3. 学习营销4P理论，学会产品设计、产品价格、选址与渠道设计、促销推广

- 实训时长： 4学时 180分钟（中途休息10分钟）

内容与方法

序号	实训主题	时间安排（分钟 ）	授课方法
1	实岗任务检查与点评	10’	检查与点评
2	成本费用预算	70’	案例分析 小组讨论 个人练习
3	营销策略4P	80’	小组讨论 案例分析 头脑风暴
4	布置实岗任务 实训反馈	10’	布置任务 问卷反馈

主题	1 实岗任务检查与点评
时间安排	10 分钟
训练目标	总经理的管理能力，团队的执行能力
教学流程	① 总经理汇报工作任务完成情况 ② 老师听取汇报并察看完成的任务 ③ 了解学员遇到的问题，答疑与任务点评
实岗任务	----

主题	2 成本费用预算
时间安排	70 分钟
训练目标	培养成本意识,学会预测费用,成本;列出成本项目,成本分类; 理解能力,学习能力,财务能力
教学流程	① 通过分析开办蛋糕房的案例让学员计算一下成本，具体有哪些成本项目，金额是多少。（5分钟） ② 简要讲解一下费用和成本的不同，以及成本的分类。（10分钟） ③ 集体分析蛋糕房的成本项目，哪些是固定成本，哪些是变动成本。（10分钟） ④ 各公司预算自己公司的成本。（30分钟） ⑤ 汇报的点评，是否有项目遗漏？预算是否恰当？（15分钟）
实岗任务	年度经营成本 产品单位成本 商业计划书 5.1, 5.2, 5.3

1 产品单位成本构成

产品成本费用预算可以帮助你的企业制定价格，降低和控制成本，为企业做出更好的决策，为未来制定计划。

总成本=直接成本+间接成本

产品单位成本=总成本/产品数量

2 计算本企业产品单位成本（以月为计算区间）

计算产品材料成本（进价成本）

计算公司需要摊入成本的各项费用明细

固定资产包括：

单位价值大于2000元人民币并使用期限超过1年的：

01：电脑；02：办公家俱；03：办公设备；04：汽车；05：网站外设；06：电脑外设；07：软件类；08：仓储设备；09：通讯设备。

固定资产折旧

是指固定资产在使用过程中，逐渐损耗而消失的那部分价值。固定资产被损耗的该部分价值应当在其有效使用年限内分期摊销，形成折旧费用，计入各期成本。

企业在用的固定资产一般均应按月计提折旧。未使用、不需用或已报废的固定资产、以租赁经营方式租用的固定资产、在建工程项目交付使用以前的固定资产和已提足折旧继续使用的固定资产等不提折旧。

最新固定资产计算折旧年限

除国务院财政、税务主管部门另有规定外，固定资产计算折旧的最低年限如下：

（一）房屋、建筑物，为20年；
（二）飞机、火车、轮船、机器、机械和其他生产设备，为10年；
（三）与生产经营活动有关的器具、工具、家具等，为5年；
（四）飞机、火车、轮船以外的运输工具，为4年；
（五）电子设备，为3年。
「释义」本条是对固定资产最低折旧年限的规定。

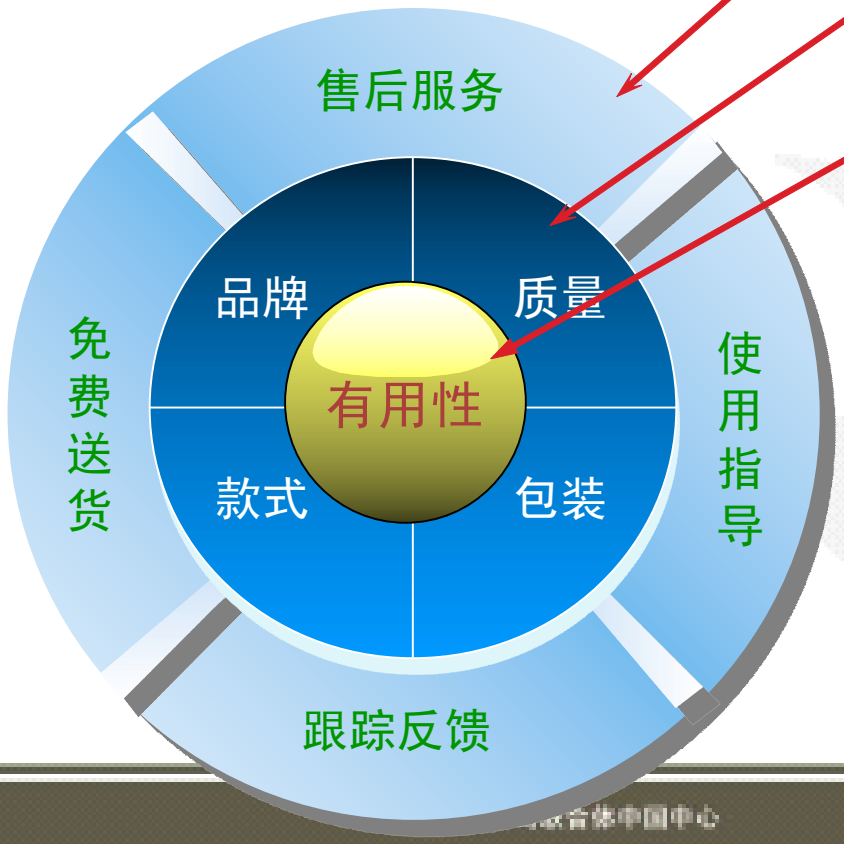
主题	3　营销策略4P—产品设计
时间安排	20 分钟
训练目标	学习产品设计与客户需求的关联,描述本公司的产品特征; 市场营销能力,理解能力,学习能力,团队合作能力,发现机会,创新能力
教学流程	① 引导学员思考:你对“苹果IPHONE”满意吗？如果可以自由选择，你什么情况下会选择，什么情况下不会选择？你觉得IPHONE提供了足够的选择来满足顾客哪些需求了？（10分钟）; ② 你的产品是如何设计的？满足了顾客怎样的需求？各公司讨论设计自己的产品，并进行说明。（10分钟）;
实岗任务	商业计划书 3.1

产品或服务特征

质量
颜色
规格
包装

维修
售后服务
安全性
零配件
效率

产品：你计划向顾客销售的东西或提供的服务（有形的和无形的）。



产品的附加利益

产品的形式

产品的核心

主题	3　营销策略4P—产品定价
时间安排	20 分钟
训练目标	学习产品定价的方法; 市场营销能力,理解能力,学习能力,团队合作能力,发现机会,创新能力
教学流程	① 简要介绍定价目标和基本的定价方法与策略。（10分钟） ② 各公司讨论决定自己的定价，说明定价依据。（10分钟）
实岗任务	商业计划书 3.2

选择定价目标：

- 生存
- 利润最大化
- 市场份额最大化
- 产品质量领先

定价方法

✓成本加成法：

成本单价=成本总额÷产品产量

费用单价=费用总额÷产品产量

零售单价=（成本单价+费用单价）÷（1-净利润率）

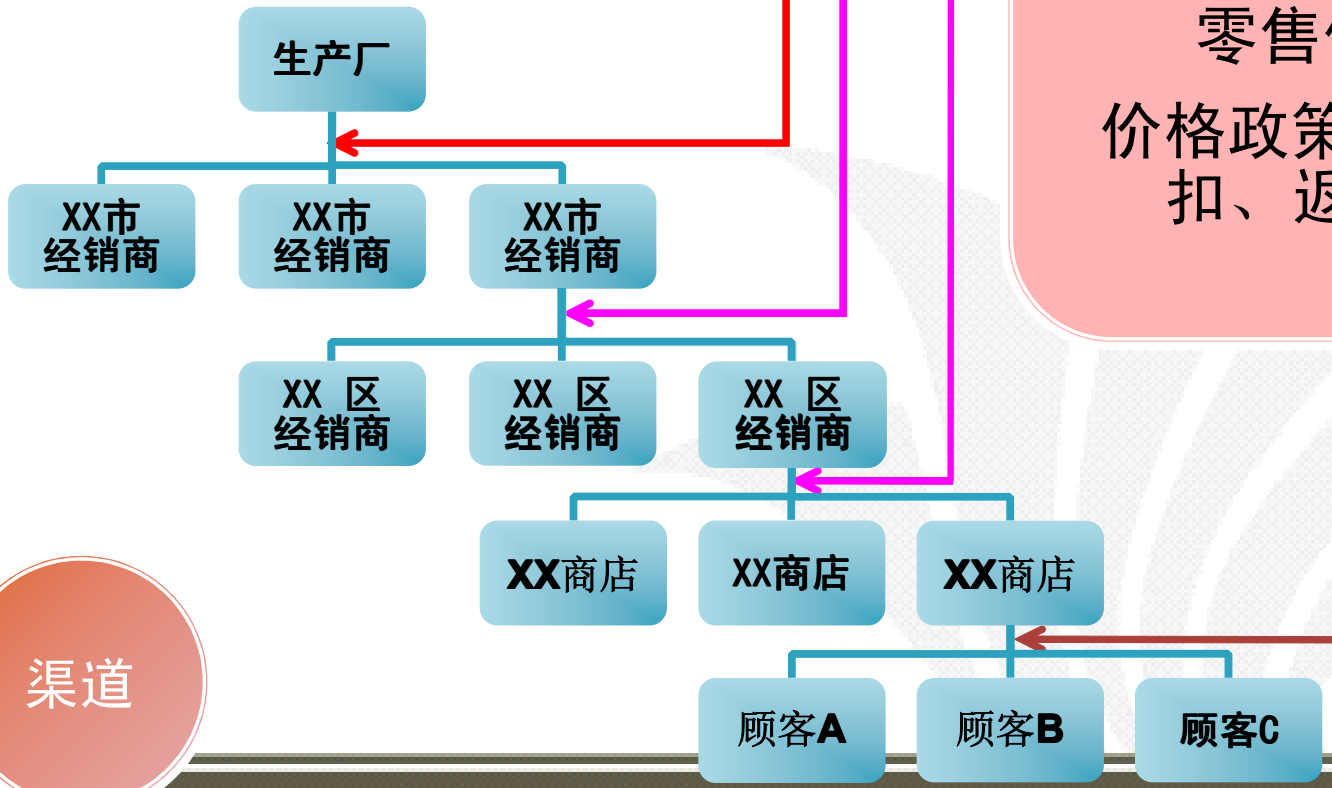
✓竞争价格法：

单位成本+单位费用=同类产品市场零售单价×（1-净利润率）

价格：
用你的产品换回的钱数

价格体系

- 出厂价格
- 经销商出货价
- 零售价格
- 价格政策里的折扣、返利等

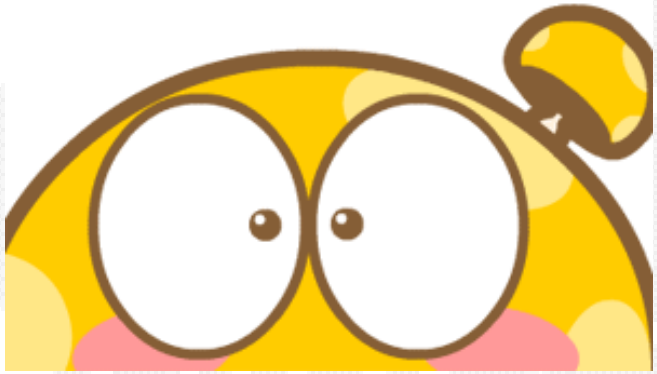


渠道

主题	3　营销策略4P—选择地址与渠道设计
时间安排	20 分钟
训练目标	学习选择原则与拓展渠道; 市场营销能力,理解能力,学习能力,团队合作能力,发现机会,创新能力
教学流程	① 通过案例分析引导学员思考，大娘水饺的地址选择有什么现象？从中发现了什么原则？（5分钟） ② 凡客诚品电子商务企业的推广渠道是什么？（5分钟） ③ 你们打算如何推广自己的产品或服务？（10分钟）
实岗任务	商业计划书 3.3

选址

选在哪里好呢？

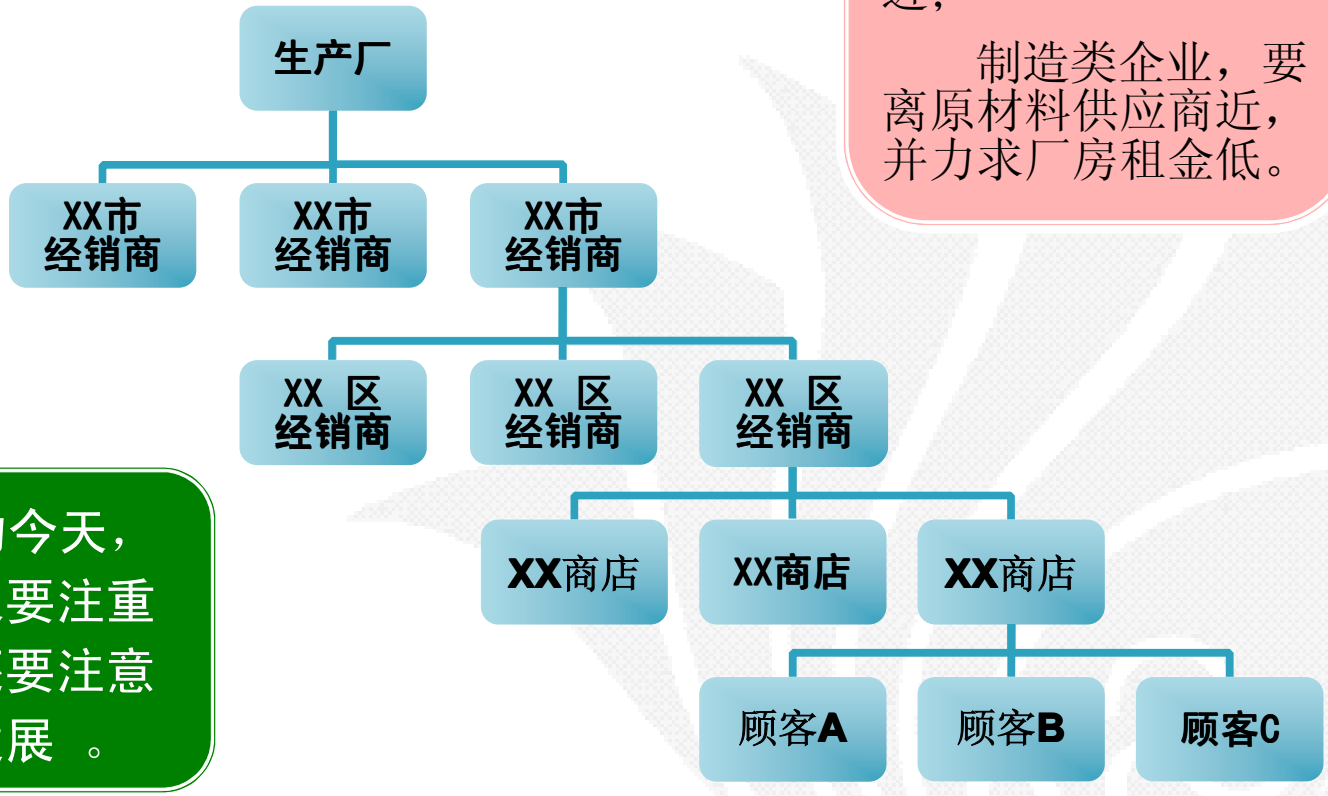


地点（渠道）：是指你的企业设在什么地方，你在哪里向顾客提供产品。

根据企业经营特点选址

贸易类、服务类企业，要离目标顾客近；

制造类企业，要离原材料供应商近，并力求厂房租金低。



渠道为王的今天，现代营销不仅仅要注重渠道的建立，还要注意渠道的畅通和发展 。

主题	3　营销策略4P—促销推广
时间安排	20 分钟
训练目标	学习促销的类型,促销的手段; 市场营销能力,理解能力,学习能力,团队合作能力,发现机会,创新能力
教学流程	① 引导学员思考：你们经历过哪些促销活动？大卖场里有哪些促销措施？（5分钟） ② 有效而低成本的促销措施有哪些？各公司设计自己的促销措施,需要多少费用，并汇报。（15分钟）
实岗任务	商业计划书 3.4

1. 广告——利用媒体---需付款

2. 人员推销——派出专业人员亲自向目标顾客进行产品介绍、宣传、销售

3. 营业推广——短期诱导性购买的战术性促销方式

4. 宣传报道——利用媒体发表有关企业产品的有关消息----无需付费

促销：传递产品信息，加强与消费者沟通，促进消费者购买的营销手段。

促销不仅是指促销活动，而是广义上的对消费者、终端、经销商、员工的一个促销组合。这样一个组合，构成了一个完整的促销。

对终端和经销商如何促销？

对员工如何促销？

常见的促销方式（消费者）

- 优 惠 券　通过邮寄等方式派发，凭券购买可获一定优惠。
- 赠送商品　如卖一送一。
- 有奖销售　每购买一定金额的商品抽奖或对奖。
- 集点优惠　以会员卡按购买量计点，累计达到一定点数就给予奖励。
- 明折优惠　现场打折、降价。
- 包装促销　以包装物换取奖品、奖金。
- 免费样品　街头派发，入户派送，食品免费品尝。
- 广　　告　横幅、海报、招牌、陈列品、电视、网络、小册子、名片、标志品等。
- 以旧换新　旧商品（如旧家电）回收抵价。
- 现场加工　也可组织参观生产、加工现场。
- 限时特卖　在一定时段限量供应特价品。
- 分期付款　常用于房屋、汽车等贵重商品。
- 售后服务　如质量三包、培训顾客、热线电话。

努力寻求效果好、成本低的促销方式

四种基本促销方式的特点

广　告

★高度大众化的传递
★特别适合向分散的目标顾客传递

人员推销

★灵活：获得反馈即可调整
★促进购买同时，建立友谊
★最昂贵

营业推广

★见效快，效果明显
★容易显露急售意图
★频繁使用，会降低身价

公共关系

★间接促销，不求直接效果
★公信力强
★传递给避开促销的顾客

主题	4 布置实岗任务与实训反馈
时间安排	10 分钟
训练目标	学习总结 学习效果自我评价;
教学流程	① 老师布置课后需要完成的实岗任务; ② 3-5位学员谈自己本次课的收获;(每人30秒)本次课学到了什么？要明确具体。最喜欢哪一个部分的内容？ ③ 学员填写实训反馈表; ④ 组织总经理会议(课后10分钟)
实岗任务	实训反馈表

任务布置

序号	实训任务	说明
1	固定资产：生成经营所需设备、工具和办公家具（BP5.1）	课上工作任务
2	原材料/商品采购计划（BP5.2）	
3	销售与管理费用预测（BP5.3）	
4	产品单位成本测算	
5	产品特征（BP3.1）	
6	产品定价（BP3.2）	
7	销售渠道（BP3.3）	
8	宣传推广（BP3.4）	
9	实训反馈	

实岗工作

① 完善创业计划书3.0、5.1、5.2、5.3（老师检查项目）

② 建立薪酬制度，编制员工工资表.（总经理检查项目）

• 制作产品宣传单/册（老师检查项目）

① 细化供应商选择标准（总经理检查项目）

② 编订公司采购计划（年度）（总经理检查项目）