

## 大学生暑假的实习报告总结 ( 合集5篇 )

### 篇1 : 大学生暑假的实习报告总结

xx年的7月11日我为了能更好的丰富自己的假期生活，得到更多的实践经验，来到了长春的一家公司实践，虽然为了能够在这家公司实践我费了不少心思，但我依然很满足，因为我得到了千金难买的经验和人生道理。

对于实践人员，财务，本身就是比较烦琐的工作，面对那么多的枯燥无味的账目和数字时常会心生烦闷，厌倦，以致于错漏百出，而愈错愈烦，愈烦愈错。必须调整好心态，只要你用心地做，反而会左右逢源。越做越觉乐趣，越做越起劲。在做财务实践阶段，我就找到了自己的爱好心态，让我的所学得到最大的释放。

在公司我了解了这样一些信息。

#### 一、财会人员是企业效益的创造者之一。

随着市场经济的发展，社会的进步，特别是经济效益观念的日益强化和“企业管理以财务管理为中心”的提出，对企业财会人员的工作要求越来越高，财会工作不再局限于简单的记帐、算帐和报帐，而是充分利用掌握的专业知识和政策法规，积极参与企业生产经营管理和资本运营等方方面面工作，直接或间接为企业效益最大化发挥着越来越重要的作用。与会的17位大型集团公司财务老总以不争的事实，论证了财会人员是企业不可或缺的，具有特殊身份的管理者之一，在创造企业效益中处于极其重要的核心地位，真正发挥着“内当家”的作用，在对企业效益的创造过程和结果进行全面核算与监督的同时为企业直接或间接的创造效益。

#### 二、财会人员为企业创造效益的几个方面。

1：会计人员基础工作。会计核算会计最基本的职能之一，通过记帐、算帐和报帐，及时提供正确、有用的会计信息，客观的反映经营成果，为公司领导的决策提供可靠的依据，既是会计人员劳动价值的体现，也进而成为企业效益间接的创造者。如何做好会计核算是会计人员最基本的工作，也是对会计人员最基本的要求，会计核算不做好，谈何进行会计监督与参与管理。以信息化(erp)为手段，结合财务软件的使用，加强审核与对会计人员的考核监督，来规范我们的核算，提高核算的效率，降低核算的成本，从而间接的为企业创造效益：

2：资金管理。资金是企业的血液，资金流贯穿企业生产经营的每一个环节，资金既是企业正常生产经营的保障，也是企业创造效益的最终体现。通过融资和投资，如何提高资金的使用率，降低资金的使用成本，为企业创造效益，是资金管理的根本。

在公司，我还了解到，我的本专业是经济学，但是经济学的概念很广，他可以应用到各个领域，比如会计，财政人员，市场营销人员等等。还有与人交往方面要真诚，做起事来才会有人尊重，得心应手。

对于这次实践，同样存在着一些不足之处。那就是由于所学知识有限，不足以对公司业务都有一完整的了解，对于审计业务也是浅尝辄止，没能接触到更多知识;还有在时间中，体现出来我对所学的知识掌握的不牢固，以至于碰到有些问题不知该如何解决。对于以上问题，还需要在今后的学习过程或者工作过程中注意改进和解决。

总之，这1个月的实践使即将走上工作岗位的我受益匪浅!

## 篇2：大学生暑假的实习报告总结

“纸上得来终觉浅，未知此事要躬行”，通过本次实习，最大的感触是社会很现实，工作很无奈。没有了学生的气昧，暗淡了书籍的尘寰，消逝了校园的浓郁，取而代之的是喧嚣的都市，快节奏的旋律，无法释怀的种种。

学期即将结束，通过熟人介绍，我有幸进入深圳里程食品有限公司进行为期两个月的销售实习。怀着好奇与懵懂的闯劲，实习之旅充满的却是艰辛和无助。向往大城市的霓虹闪耀，却无法读懂背后的传说和历程。作为一位即将走向社会的市场营销专业科班生，矗立在面前的不是前程似锦的荣耀，也不是繁华簇拥的羡慕，是社会殷切的甚至超越自己的期望以及自我职业定位的抉择。

不断增强的实践能力是营销专业毕业生走向社会的必然要求，如何加强自身实践能建设，关系到职业生涯发展的轨迹和方向，也关系到在职场中如何确定自己社会角色的根本。“空谈误国，实干兴邦”，少说多干是我在实习中得到的教训。怎样才能具备实干精神，关键是敢于吃苦，勇于吃苦，在工作不要抱怨，在细节上不要计较得失，以老板的心态做事，用员工的心态做人。

我实习所在单位深圳里程食品有限公司是一家以经营火腿、腊味为主的中小企业，公司主要目标市场是深圳市内各大ka卖场，如沃尔玛、家乐福、人人乐、万佳等实力商超。在实习期间，我努力与本公司员工打成一片，互相沟通交流学习，与之建立了良好的人际关系，并通过自我观察实践以及各种渠道，深入探索整个快消品行业的具体操作流程，再结合自我所学，从整合营销的角度出发，不断提出问题和构想，对公司的经营模式和终端运作提出了大胆的自我见解，相关建设性的意见得到了同事以及领导的重视。下面是我本次实习在有关市场营销专业理念和方法上得到重要启示：

首先，品牌建设方面，在当前市场经济条件下，产品同质化程度已相当集中。立足于公司实际，由于我公司长期以来执行的是终端盈利分红模式，缺乏长远的品牌规划战略，组织管理较为混乱，市场部权限过于集中，产品包装缺少创意，资金配置不科学等问题，在和同事探讨中，我们一致认为公司应将“里程”这一品牌建设提到战略性的高度，将组织管理的各项事宜向品牌化建设靠拢，成立品牌整合传播事业部，以促使公司在已有的市场上做大，做强，参造竞争对手“喜上喜”的品牌运作模式，在深圳市场内精耕细作，提高公司的核心竞争力。

其次，在盈利渠道上，经过我细心观察，公司的盈利渠道主要分为三个，一

是自己实体销售产品取得，这是主营业务；二是代理产品利润所得，我公司总共代理了广东、东莞几十个加工厂的产品，负责他们在深圳市场的业务，以严格的快消品渠道价差体系获得代理利润，当然，也不排除人为地暗箱操作；三是批发倒卖，这一渠道得以盈利的前提便是良好的公司信誉和较好的客情关系，因为我公司在深圳市场腊味行业注册资金高，规模大，成立时间长，信誉度高，其次，我公司销售部人员公关能力强，公司在销售费用上设立了客情维护费，这使得在商超终端操作环节相对于其他竞争企业来说更具优势。因此，任何再规范化的行业，人为因素十分重要，做营销的前提是做人。

第三，在营销文化建设上，我公司为市场人员营造了适度宽松的工作环境，公司人性化气氛浓郁，员工之间相处融洽。我一般是早上九点钟上班，下午五点下班，日常的工作便是检查辖区内促销情况，存货量，以及适当与商超部门主管进行沟通。公司在管理上对市场人员要求比较松散，完成任务量为原则。公司会定期举行员工聚餐，部门联谊，风景郊游等。有鉴于此，我认为，企业营销文化必须是一种适度宽松的文化，一种人文氛围。这样市场人员才会以更好的心态和饱满的热情投入工作之中。

最后，在促销管理方面，需要以不变求万变。因为在之前我参加了几个商场的周日促销活动，可同样的策略，同样的价格，同样的产品，市场效果却大相径庭。对此我深有体会，究其原因，主要在于促销思维和管理上出现了一刀切的现象。在促销策略上，对一些企业而言，包括本企业，由于受长期经验的禁锢，业务员或区域经理在没有切身走进商场弄清主要消费者类型及购买习惯之前，主观地把在某一两个样板市场上的销售经验在新的市场上进行推广，单纯以价格杠杆切入市场，忽略了两个不同地段市场的差异性，而这种差异性集中体现在主要购买群体上，比如人才素质、收入水平、生活习惯等，造成了市场热度始终处于低迷徘徊状态，并没有带来预期的效果。许多经理把这类问题的主要原因归结于促销展台的位置、商场促销力度以及广告宣传没有及时到位等。不置可否，这些问题是可能影响到销售效果的，但不是主要。在一些消费人群收入比较高的地段，快消品降价促销对消费者购买影响的弹性并不是很大，这类消费者购买近乎理性，对产品的需求讲究绿色和品位，实用是第一原则，季节性购买也比较强。如果降价幅度太大，还会引起他们对厂家产品的质疑，对厂家的长期经营提出挑战。针对这类超市，厂家需要更近距离的了解消费者，促销过程中信息的收集和分析就显得十分重要，在细分群体的基础上实现品牌的阶段性传播。对于季节性比较强的产品，在终端销量不足以平摊营销成本的前提下，应在淡季到来之前尽早退出该类市场，为旺季的销售做长期的准备。

综上所述，经过本次实习，我大体掌握了快消品的操作模式，提升了自我的专业实践水平，懂得了如何与同事相处，最关键是我吃苦耐劳的优良作风，将理想与现实又拉近了一步。结合本次实习的心得体会，相信在今后的学习生活中，在班级组织的领导下，在同学们的帮助下，在自身不断提高的前提下，我将不断续写新的辉煌。

### 篇3：大学生暑假的实习报告总结

这个暑假有幸去xx永德会计事务所实习了两周，期间虽然满辛苦，但学到了不少实务知识。

在这短短两周的实习中，我完成了公司给我们安排的以下实习工作：1.了解会计师事物所机构组成,人员职责,基本业务。2.分别熟悉事物所各种会计业务的操作流程,行业规范,协助会计师完成各类业务。3.配合工作人员完成各种办公室日常工作。

公司分审计一部和二部，我们几个实习生都分在一部工作。现在我先按实习时间总结下实习内容：

我们在学校工厂进行了为期1天的金工实习，期间，我们接触了车.钳.铣.焊.锻和数控等六个工种。在这不到8小时的时间里大家学会了很多的东西，这些都是在课本里面学不到。在老师们的耐心细致的讲授和我们的积极的配合下，我们基本达到了预期的实习要求，圆满完成了金工实习。

金工实习是一门时间性的技术基础课，是高等院校工科学习机械制造的基本工艺方法和技术，完成近本训练的重要必修课。它不仅可以让们获得了机械制造的基础知识和了解了机械制造的一般操作。提高了自己的操做技术和技能，也培养了工程素质，在这短暂的学习中我懂得了很多。

#### 篇4：大学生暑假的实习报告总结

暑假的社会实践活动已经完毕，但社会实践带给我的影响远没有完毕。它使我走出学校、走出课堂、走向社会，走上了与实践相结合的道路，走上社会的大课堂。在实践中检验自己，短短的两个月一转瞬就过去了，回过头来看看，才觉察，原来乏味中布满着期望，苦涩中流露着甘甜。

刚放假的时候，游泳池的老板说放假了就得过去关怀了，当时世界杯还在热播当中，还真有点舍不得放下四年一遇的足球盛宴跑去工作，不过最终我们还是依依不舍地踏上了开往参与暑假社会实践的列车。

带着满腔热忱我们来到了揭阳市某小区，我们要在这个环境美丽的小区的游泳池里过一个有意义的暑假，我们的工作当游泳救生员、游泳教练员还有卫生清洁员，此外我们还要管我们自己的生活起居，也就是说游泳池里面的一切事物都是由我们来管、由我们来做。每天早上起床后，大家分工干活，有的要去清扫游泳池四周的卫生，打捞游泳池的脏物、落叶及漂移物;有的要对游泳池进展清理、放水，对池水进展消毒清理、再把脏水放掉;有的负责游泳池入口处的'洗脚水的清洗和洗手间、更衣室的卫生清洁;还有的人要去市场买早餐回来煮给大家吃。一时间，大家干得热火朝天、不亦乐乎。九点钟之后，我们又得进展重新分工，一局部人下水教学员学习，另一局部那么当救生员。一天分早、中、晚三个培训班，大家轮番上班。没有工作支配的人那么要为大家预备午餐。这样一天下来大家都有确定的时间可以休息，这就是我们一天的工作和生活。我们除了要工作之外，买菜煮饭洗衣都是自己的事，自己动手、丰衣足食。我们就是这样乐此不疲的劳碌着，我们的辛苦别人看得见，但其中的喜悦只有我们自己能享受。当然我们处于一个全新的集体里面，要处理好人际关系，学会听从工作上的支配，还有要和老板、学员及学员家长搞好关系。在这个过程中和社会各年龄段人进展了沟通，思想上的沟通，拉近了我与他



们的距离，也让自己在社会实践中开拓视野，增长才能，使自己明白社会才是学习和受教育的大教堂，在那个宽敞的天地里，我们的人生价值得到了表达。

在游泳教学中，我们除了用上了自己学过的游泳学问外，还学到了一些在课堂上老师没有讲过的学问，小有体会。来游泳池学习的学员大多数是学校生和中同学，依据教学预备，我们先是教学员生疏水性，在高校课堂上我们的老师是教我们学习水中行走、呼吸、浮体、滑行，但是学员年龄不全都，大多学校员怕水，站在那里半天都学不会闭气，所以学员的学习进度不一，给我们带来了很多麻烦。后来我们想到了分开来教，第一阶段的先生疏水性，分为闭气和呼吸、浮体和滑行两个组，其次阶段学习手部、腿部动作及手脚协作练习，第三阶段那么是完好动作练习。但是马上又消灭了新问题，怕水的学员还是学不会，导致第一和其次阶段学员的断层，我们看在眼里急在心里，有些学员来了好几次照旧是不敢下水，我们不断地反省是不是我们的教学方法消灭了问题，后来我们耐烦地做心理辅导，不断地鼓舞他们学习，还让他们进展竞赛，激起他们的竞争心理，此外我们还加了水中玩耍，想激发他们学习的激情。在整个教学当中，我们一边讲解动作技术要领一边做示范动作，在学员消灭错误动作的时候，我们想尽方法去关怀他们学好动作，比方手脚协作练习的时候，学员虽然在动作分解教学中学得很好，能把动作做出来了，但是在水里练习的时候就忘得一干二净，这时候得有耐烦，先让他们对动作印象深刻化，再把他们的动作加强化、机械化，而不是干焦急，也不是对学员发火。此外遇到困难时，最好的方法就是大家教练员一起来探讨，查找问题的根源并解决它，要让自己带着一种愉悦的心情去工作，教学培训工作才做得更妥当，更完善。

在教学的过程中，心理学的学问是功不行没的，有些学校员怕水，一下水他就可怕，想上去、想回家、想躲避。这不他就跟你说教练啊我要去上厕所、教练啊我冷，其实他们就是在可怕，那你怎么办？总不能放学让他们回家吧，所以你得让他们放下心来，得转移他们的留意力，跟他们开开玩笑什么的，表扬、鼓舞甚至是威逼他们，该笑的时候就跟他们开玩笑，他们就会觉得这个老师很和气，他们会听你的话，也情愿去学；该严峻的时候那么要严峻，到底站在老师的角色上我们得为同学负责。适当的时候要关怀你的学员，有时候放学了，家长还没来接学员，一些学员不会照看自己，连头发都不会擦洁净，这时候可以去帮帮他们，跟他们聊聊，他们也很情愿跟你说他生活上的一些事情、一丝童真，当他们对你说感谢老师、教练再见的时候，你会有一种奇特，由于孩子们的重视和理解而显奇特，还由于我们已经走过了的童年却能再度去体会的奇特。

两个月的暑期实践过得很快，自己渐渐地开场习惯了这种生活和这项工作，犯的错误也越来越少了，两个月的辛苦也是有回报的，拿到我的工资时，真的很欣慰，但是并不是由于有钱可以领，也不是最终完毕了打工的苦日子，而是自己的付出有了结果和回报，自己的实践也有了收获，回想一下自己真的觉得很值，一个同学说看到自己培训出一群小青蛙，心里就暖暖的。

在工作完毕后，我做了小结：做事情要擅长沟通、要有耐烦和热忱、要勤劳。我意识到了自己很多的缺点和缺乏，例如不够主动做事，有时候老板说了才知道做，老板不说就没有这个意识去做；刚开场也不大会和学员家长沟通，觉得没什么话题等等，这些将是我贵重的

阅历，它们都将成为我以后参与工作和社会实践的教训，我要力争在我以后暑期实践以及今后就业的时候不要再犯同样的错误。

这次社会实践时间虽然短暂但是意义确是绵长的，社会实践拉近了我与社会的距离，也让自己在社会实践中开拓了视野，增长了才能。社会和高校一样也是一个学习和受教育的地方，在那片宽敞的天地里，我们为将来更加猛烈的竞争打下了更为坚实的根底。

## 篇5：大学生暑假的实习报告总结

那个暑假,我用两个月的时刻和上海的广告业来了一次看似浅尝辄止却也是获益良多的亲热接触。我实习的地点是家里人费了九牛二虎之力才寻来的单位,公司汉唐国际广告有限公司系隶属于汉唐国际文化传播集团在上海的分部。其创建者是曾在中国广告界呼风唤雨的大佬级人物李志恒先生。背靠强大的汉唐国际传播集团,聚拢了众多来自各大4a的优秀创意人才。我所在的部门是公司的创意组,要紧负责广告创意策略和视觉呈现设计等事务,在我看来更像是平面设计部。我们公司目前要紧长期服务的客户是台湾统一企业雅哈饮品、卡夫集团果珍系列饮品、科迪 cotyadidas香芬沐浴系列、bose音响等等。我所在的创意组一共9个人,分不为创意总监、创意副总监、文案总监、艺术总监等,人员规模不大,业务却是十分繁忙。鉴于自己的专业特点和个人能力,我要紧负责完稿、协调、杂务等,而且我是公司今年唯一招收的实习生。

两个月时刻,讲短是因为能够学得细节太多了,讲长是因为可能缘自实习生的缘故,这两个月更多时刻白费在杂务上,没有参与过一次完整的广告策划到执行过程,不免有些遗憾。两个月时刻里,总监给我布置了一些独立的任务,比如为2011上海世博会设计了3种礼品包装、雅昌爱心公益网的ogo、adidas香氛沐浴系列的dm广告;参与创意了bose音响lifestyle系列的推广和国庆献礼 pop海报的设计、石药集团果维康和感冒药的tvc创意、adidas香水迎奥运英雄气息系列推广方案的整体创意等等。我做的工作除了提供创意飞机稿(草图),其余就是任何跟最终提案筹备相关的类似于完稿的事务。

下面基于这两个月的实习体会,就我感触或者获益比较深的几点谈谈。

1、关于创意的训练。我们的创意总监黄伟在广告圈摸爬滚打近15年,圈内称伟哥。1997年加入奥美军团,之后车t投lowe,其后曾任saatchisaatchi实力传播创意副总监,XX年应wpp旗下groupminteractive邀请,任创意总监,现又回归传统广告怀抱,加盟汉唐国际。曾获XXnewyork广告节金奖、优秀奖,XX全球华文龙玺金奖,作品多次被全球archive广告档案收录。在实习时期和他的接触,我能学到的立竿见影的东西并不多,然而他带领和培养下属的方式依旧值得学习的:每个礼拜他会给每个成员布置1-2个命题,要求我们每周要围绕命题手绘20-30个创意简稿,他的目的不是为了投入实践,而是训练创意思维,按他的话来讲好的创意没有一定的积存是出不来的;每逢国际广告大奖颁奖落幕,他都回组织我们分析获奖作品、鉴赏其中的价值和可取之处

,从而总结每年广告作品的特点和进展趋势;与此同时  
,他还经常要求我们平常要多多关注各类新奇资讯,不仅是广告界的、艺术界的  
,还要关注国际环保、政治、军事、体育、教育等等各类知识以扩充视野、开拓思路;另外  
,他还要我们每人每天要多多翻看各类专业杂志  
,把看到的好的创意或者好的设计元素剪贴收集起来。能够讲  
,黄伟所做的创意的过人之处就在于他的国际性视野。

今年,由他带领的团队设计的《极地动物》系列广告突破常规,贴近生活  
,巧妙运用插座装置的互动,让公众在用电过程中不自觉地同意了环保教育。凭借出色的创意表现  
《极地动物》,系列广告一举荣膺 XXnewyork国际广告节奖。成为除grey上海外  
,唯一获此殊荣的中国广告公司。另外,此系列广告还同时荣获联合国颁发的 undpi奖。unitednation  
sundpiaward是表彰为公益事业传播作出贡献的广告企业个人和广告作品,由联合国和  
newyorkfestivals发起的而颁发的。这可能也是中国获得的第一座与联合国有关的广告奖项。

2、关于理想和现实的冲突。进了公司才发觉,原来自己之前坚持的所谓艺术  
至上、效率第一差不多上些不切实际的稚嫩办法。可能在学校习惯了做事我行我素  
,赏识我的老师和朋友也给了我足够大的空间和权力去发挥  
,慢慢让我养成了我行我素的作风。一位追求理性的理想化的工作状态,却忽视了办公室里无处不  
在的潜规则和现实令人无奈却又得甘之如怡的状态。尽管讲广告行业是一个创意产业  
,理应鼓舞自由大胆的创见和作风,然而套在一个层层等级的行政制度和薪酬体系下  
,所有的创意灵感的活力都被扼杀殆尽。你的办法必须迎合客户具体个人的喜好  
,你的创意必须迎合总监领导的个人喜好,因此很多好的办法可能连浮出水面的机会都等不到就被  
kill了。关于我那个实习生,办法难免稚嫩;  
而关于正式职员,办法事实上只是拿来兑换薪水的等价物  
,更况且对艺术创意本身的理解就是见仁见智的,与其寻求一厢情愿的艺术高标准  
,还不如追求面面俱到的客户迎合。衡量创意的标准在未下市之前,客户的中意就是艺术创作的胜  
利。我那个人是三分钟热度型的,因此做情况专门重效率(怕拖长了就没劲了)。往常在工作室接  
活也是习惯今日事今日毕,