





上海交通大学 (徐汇区华山路 1954 号徐汇校区)

：58800 元 (课程费用包括学费、案例使用费、文具费、其他相关材料费)

课程费用应在收到付款通知书后两周内全部缴清。开课学 30 日 内提出申请时需立即付费。 我院保留对课程信息 (包括价格、 日期、地点、师资、课程安排等其他细节) 进行调整的权 利。



中国的市场在进入移动数字时代后 ，市场的转变与过去有很大差异 ，源自年轻世代消 费者成为市场主流消费群体，造就市场细分的个性，加上移动互联网生态的科技快速发展， 促成了全新的市场型态，这样的新市场情势是从未出现过的， 因此，企业界都没有经验经营 这样的市场，这就造成很多挑战，近几年出现一些快速抢占市场的新品牌，新品类，正是精 确瞄准细分市场所造就的， 品牌经营进入全新世代。

加上国内供应链成熟而透明 ，造成产品同质化太高，经营品牌就成为企业差异化竞争 的较佳策略， 以消费洞察为核心的品牌战略，脱离以产品销售为核心的经营模式，既回应消 费者需求，也契合消费升级后的新消费型态；而面对细分市场与数字时代来临， 品牌营销也 发生革命性的变革，全渠道数字营销与私域流量运营成为企业需关注的焦点，持续迭代的营 销工具与渠道，是营销人员需要持续学习的功课。

从 2007 年开始，上海交通大学终身教育学院联手业界实战派专家推出【移动数字时代 的品牌与营销高级研修班】 ，不仅是国内较早推出的品牌与营销专业课程，经历十几年屹立 不摇，永远随着市场的移动，持续进行课程优化，永远保持紧密贴合市场趋势的课程内容， 是从事品牌与营销专业人员的优选课程。



本课程专为企业负责品牌和营销领域的最高决策层而设置。课程要求学员在该领域至少 有 3 年的管理实战经验，并已掌握了基本的品牌和营销知识。典型学员包括准备创建品牌的 企业主、总经理、首席营销官、 品牌总监、营销副总、营销总监等。



参加课程的学员将：

读 了解品牌如何创造价值以及如何利用它们来发展可持续的竞争优势

读 制定系统的品牌管理方法和建立强大品牌的健全框架

读 突破传统思维模式，学习如何打造独特的品牌定位以及如何在线传达品牌故事

读 不仅将视角聚集在营销领域最前沿的学术研究成果，还聚焦了国内头部的超新星品牌和

新消费领域资源，实现知识的跨界融合与知识的更新

读 从全球各行各业的最佳营销实践中获得启示，开阔视野，寻找到新思路

读 与来自各行各业的营销精英深入探讨当前所面临的困境，寻求具有创造性的解决方案

读 对营销技能有深层次的纵向延伸，对自身领导力亦有清晰的认识与提升





读 运用新的营销工具与理念深入剖析客户行为与需求，挖掘潜在市场机会，从而推动企业 的持续增长

读 学习系统化的，逻辑性的，及可复制的创意方法去找到新的并有价值的创意

读 走出传统的营销认识误区，更为明智地制定营销决策

读 获得上海交大校友资格，加入中国连锁品牌总裁联谊会



本课程为模块制，共为 13 个模块，每个模块为期 1-2 天。



这一模块主要是帮助同学们理解他们的企业在当前发展背景下， 品牌战略所处的发展阶段， 并介绍如何根据市场需求和竞争环境来制定品牌战略规划。通过本模块学习学生可以掌握品 牌战略规划和产品企划管理的基本概念和方法， 以及运用新媒体和数字化营销技术来提升企 业品牌的知名度和影响力的技能，从而更好地适应当今激烈的市场竞争环境。主要内容如下：

读 品牌建设时，如何进行企业品牌战略决策

读 品牌系统与结构规划：定义产品的战略和战术

读 产品企业与创造品牌差异化竞争策略的方法：如何打造体验式产品品牌



品牌定位是企业品牌整合营销传播的基础,任何提高品牌知名度的活动都必须以品牌定位为 航标。本模块同学们可以了解建立品牌定位的基本方法和策略，并借鉴知名品牌的商业创新 经验，提高企业在市场竞争中的战略灵活性和应变能力。 同时，通过学习该模块同学们还能 够了解品牌在商业价值中的地位和作用，并学习如何通过品牌建设塑造企业良好形象，提升 企业的影响力和品牌价值。主要内容如下：

读 建立品牌价值观,增强消费者对购买决策的信心，从而为顾客提供价值

读 品牌定位的基本要素和定位策略：如何通过品牌定位来实现品牌差异化和提升品牌竞争

力？

读 移动数字时代如何塑造知名品牌：介绍知名品牌的商业创新案例，探讨知名品牌是如何 通过商业创新来实现商业价值的，在产品、市场、技术、经营等方面进行创新，提升品 牌的影响力。



本模块帮助学员从企业成长模型的角度出发，全面分析企业在不同成长阶段的问题和挑战， 并采取相应的策略来应对，推动企业的持续发展。帮助企业通过品牌创新来实现商业价值， 包括产品创新、服务创新和营销创新等，实现企业目标与市场需求的匹配，进而提升品牌的 竞争力和市场地位。主要内容如下：

读 品牌策略的制定与实施

读 品牌管理与创新： 品牌价值评估、品牌管理流程、品牌危机应对

读 品牌传播与营销：事件营销和风险控制

读 品牌营销中的保障



在发现营销理论中,企业常用的工具就是“用户洞察 ”,其核心是对用户消费习惯、消费特征、 潜在需求和生活方式的理解。本模块可以帮助学员掌握如何从用户洞察出发推动产品和品牌 创新，进而实现商业成功。课程中提供了很多实用的工具、方法和案例，可以帮助同学更加 深入地理解用户需求和市场趋势，构建更有效的营销创新策略。主要内容如下：

读 对移动时代营销本质的再探索

读 应用客户体验和设计思维流程，寻找创造价值的新方法

读 从细分转向个性化，通过内容优化个人关系

读 开发客户角色和客户旅程， 以了解关键的营销时刻





读 设计品牌的沟通与传播策略



在新零售的业态变化下，消费者年轻化、流失率高，如何赢得消费者、获取稳定的目标消费 群，是现在企业商业成功的秘诀之一。通过本模块的学习，授课老师会基于多年零售行业实 践和研究，列举一系列实用的方案和方法，帮助学员掌握如何有效地提升消费者的体验和忠 诚度，从而提高销售额和市场份额。主要内容如下：

读 消费者体验的概念和重要性：如何利用消费者体验来创造品牌价值

读 消费者需求的研究和分析：掌握消费者研究的实用方法和工具，了解消费者的需求和偏 好， 以此来指导产品和服务的设计和改进。

读 消费者体验的设计和实现：提升消费者体验具体操作，包括服务流程设计、店面布局、 产品陈列、员工培训等方面的内容。

读 消费者体验的评估和改进：根据消费者体验的评估方法和指标，帮助企业了解自己的优 势和不足，并进行持续改进。



移动数字时代，免费的聊天软件、新闻推送、 网络 K 歌、 网络游戏，长时间以来， 中国的网 民已经习惯了网络上的“免费 ”，互联网到底靠什么赚钱？本模块老师通过具体案例分析互 联网企业中成功商业模式的基础特征，如用户为中心、平台化、社交化、开放性等。阐述了 互联网企业如何进行商业模式创新以及成功商业模式的模式与模仿。主要内容如下：

读 数据重构商业，流量改写未来： 以美团和滴滴大战对传统商业的冲击为案例

读 基础平台和上层变现，市场和产品跨界整合：全球拥有 10 亿用户的腾讯，如何通过抢 红包获得巨大收益

读 什么是物联网、物联网将会给商业带来怎样的变化



如今品牌营销面临着流量红利萎缩等诸多挑战，元宇宙的出现带来了新的机遇，也给用户带 来了新的交互模式和身临其境的深度体验。在数字化和互联网发展日益成熟的背景下，元宇 宙营销将成为品牌传播、产品推广和客户互动的重要战场。该模块将从多个角度探讨元宇宙 营销的未来，揭示品牌传播的新趋势。主要内容如下：

读 元宇宙营销带来的机遇：主要种类演化、基本场景、虚拟空间营销

读 基于数字虚拟人的品牌营销：虚实融合的发展趋势及应用痛点

读 元宇宙在品牌传播与营销中的应用：从内容营销、社交媒体营销、合作营销等方面制定

营销策略



面对极度细分市场与数字时代的来临， 品牌营销发生了革命性的革新，全渠道数字营销与私 语流量运营成为企业必须关注的焦点，持续迭代的营销工具与渠道更是营销人员需要持续学 习的功课。该模块将引领数字营销与传统营销的融合，帮助学员们在全渠道世界中保持品牌 定位，设计、组建和管理联盟以制定持续增长计划。主要内容如下：

读 品牌市场布局与全渠道经营战略：不同渠道的不同客群分层运营，将产品有针对性的直 接触达到特定客户，有效的实现商品与客户之间的对接

读 品牌传播体系与核心讯息提炼

读 全渠道数字整合营销与会员私域流量运营：通过全渠道获客＋精细化运营的方式，解决 营销成本高、客户互动少、塑造口碑能力弱等行业痛点

读 数字时代的整合营销体系： 以美妆企业为例，实现多渠道联动，构建出圈营销矩阵，线 上+线下双驱发力，打造全域闭环场景营销







“后 ”营销时代，众多线下、线上企业开始高度重视社群营销的价值与作用，它能够提高品 牌营销效果、节约成本， 同时也能够加强品牌与用户之间的互动和关系，不过很多企业都是 初学者， 因为每一个行业都有自己的特殊性，所以社群营销的模式并没有固定公式。本模块 学员们可以了解社群营销在不同行业中的应用，帮助学员深入掌握社交媒体营销的核心理念 和操作技能，提高企业品牌和产品市场营销的竞争力。主要内容如下：

读 链接时代和机会：认识社群

读 链接自我： 自我的 IP 打造设置

读 链接他人：吸粉和养粉

读 连接财富：变现和裂变

读 社群计划书撰写



移动数字时代商业营销模式不断更新，传统营销方式已逐渐失去主导地位，新的营销模式大 量涌现，消费者注意力的缺失和碎片化的记忆形式都增加了企业营销的难度。营销套路和方 法已经逐渐淡出企业营销的视野，新生代“内容为王 ”已成为很多消费企业营销第一驱动力。 通过本模块学员们可以了解到如何应对内容营销的趋势，掌握内容营销与消费者产生共鸣的 方法，实现产品价值，提升用户关注度，促进用户消费，提升品牌竞争力。主要内容如下：

读 内容营销的概念及主要特点

读 内容运营的策略： 内容运营模型，包括目标定位、策略规划、 内容生产和分发等

读 数据驱动的内容洞察和分析： 内容力、流量池、转化率



在这个数字化时代，越来越多的企业开始实现数字化转型，大量的数据被不断产生和积累， 这些数据包含了用户的行为、需求、兴趣等多种信息，为企业提供了更为丰富的资源和更高 效的决策依据。随着消费者行为、市场环境和竞争格局发生不断变化，企业需要不断调整和 优化自己的营销策略， 以保持竞争优势并实现业绩增长。本模块学员们可以利用数据分析和 挖掘技术，帮助企业更准确地了解目标客户，制定更有针对性的营销策略，在竞争激烈的市 场环境中抢占先机。主要内容如下：

读 关于大数据的几个认识：概念及特征

读 数据类型及分析目标

读 大数据分析方法

读 大数据分析步骤

读 大数据分析在企业中的运用



疫情结束之后，传统企业纷纷意识到了线上流量搭建的重要性，开始搭建自己的新媒体营销 体系，然而新媒体营销并不只是一个介绍、一个工具，它是一个完整的营销体系。新媒体营 销也不是一个单纯的概念，而是一个可以系统化、简单化、批量复制的闭环工作方法。通过 本模块学员们不仅能了解电商时代到自媒体时代再到新媒体时代的完整营销界转换过程，还 能亲历实操第一线，帮助企业利用新媒体技术和渠道开展营销活动，通过个性化、定制化和 交互性的互动，增强品牌吸引力和忠诚度，提升销售业绩和用户体验。主要内容如下：

读 企业布局新媒体的“ 自我识别 ”：企业属性、企业要解决的问题、品牌推广类型、用户 心智改变、企业官网及服务、B2B 类或招商加盟类、公益宣传、个人影响力打造等

读 你有多少客户在新媒体领域：客户的定位方式、客户数量预估、竞品客户数据监控

读 行业大盘的基础数据：流量趋势、直播变现趋势、 内容方向趋势、广告主方向等

读 你应该布局的新媒体有哪些：根据什么来判断平台的选择、全媒体运营与单一媒体运营

的利弊

读 运营预算规划：企业预算规划的几种角度、财务规划的方式与方法、新媒体行业的财务





投入产出比、 团队最“小 ”投入单位是什么

读 推广的产品是什么：通过粉丝维度、价值维度、达人维度认知产品，新媒体产品的必备 特点

读 极致产品打造：三个维度锁定用户需求、重新打造营销思维

读 全渠道新媒体账户布局与账户定位

读 抖音运营解析： 内容加粉+直播加粉，爆款内容的制作，涨粉运营秘笈

读 价值变现



本模块将特别安排动态模拟的商战演练， 以学员经营的实际品牌作为小组案例，通过模拟市 场竞争和商业环境来培训营销实践技能的方法。要求他们基于真实的市场数据和情况，制定 品牌策略，促销计划等，并模拟商业环境下的品牌竞争。然后由老师做最终点评，帮助学员 融会贯通所学知识，有效提升综合商业管理能力。



为了将学习内容与工作实践相联系，帮助学员学以致用，本课程特会在上课期间安排标杆企 业访学以及品牌营销沙龙活动，我们将就学员工作中所遇到的具有代表性的挑战或当前的热 点话题，在教授的引领下展开深入的讨论，借助群策群力的方式寻找具有建设性和创造性的 解决方案。







连 锁 品 牌 战 略 研 究 所 所 长， 国际品牌策略规划与 营销策划专家。



海市品牌授权经营企业 协会的创始人，潮牌大嘴 猴服饰品牌、55 度杯和泰 迪熊精选 IP 的背后推手。



上海戏剧学院创意学院教 授，新媒体创意、传播与营 销研究领域学者、专家。



中国零售培训业著名讲师， 曾服务于美国强生、伊利集 团等国内外企业。



台湾北士设计创办人， 品 牌识别形象规划、 网络营 销、创意商品规划专家。





华东师范大学教授，亚欧商

学院中方院长， 国家品牌战

略研究中心主任。



华东师范大学商学院副教

授，课程深受学员认可，被

评“具有魅力的老师 ”。



互联网+电商运营管理专家，

18 年电子商务实战经验，9

年互联网营销新零售实战培

训经验。



长期从事数据分析、市场调查

等培训工作，拥有数据分析和

市场营销经验。



品牌与内容营销专家，十余年

agency 策略及新媒体内容机

构商业策略经历。









互联网早期创业者、品牌营 销专家、「发现营销理论」 提出者。





曾服务于顺丰、珀莱雅等业内

知名企业，多家企业社群项目

顾问。



申请者可以使用手机端扫描以下二维码进行在线报名申请。

申请经课程招生小组审核通过后， 由招生老师发放录取通知书。课程

申请必须在开课前 30 日完成。



为确保学习的连贯性与完整性，在您收到课程录取通知书后，请即根

据学院公布的课程时间提前做好工作安排。完成所有课时，才可颁发结业证书。我院保留对 课程信息 (包括价格、 日期、地点、师资、课程安排等其他细节) 进行调整的权利。



上海交通大学终身教育学院

地址：上海市徐汇区华山路 1954 号

电话：程老师 400-061-6586





[](http://fxl.sjtu.edu.cn/)



