**中国人民大学**

**品牌与营销策划（CMO）研修课程**

**BRAND AND MARKETING**

**PLANNING WORKSHOP**

**课程安排** COURSE ARRANGEMENT

**【上课地点】**中国人民大学

**【学时学制】**学制一年（必修课+选修课，共8次课，每次2-3天）

**课程费用** COURSE FEES

**【学费标准】限时优惠价18000元/人**（原价29800元）

注：费用包括报名费、教学费、高校管理费、资料费、新生礼包、课间茶点等等，开课期间学员所产生的交通费、食宿费用自理。

**招生对象** ENROLLMENT TARGET

民营及外资企业董事长、总经理、营销副总、市场总监、销售总监、大区经理、营销经理等。

**报名流程** REGISTRATION PROCESS

1.报名时请提交学员申请表和最高学历学位证书复印件；

2.申请材料经学院审核后择优通知入学；

3.审核通过，寄发入学通知书；

4.学员收到通知书后，将学费汇入指定账号并将汇款底单传真；

5.教务组收到学员汇款底单及培训费用后，发放详细上课通知书。学员准时携带上课通知及相关材料到中国人民大学报到，参加培训。

**学业证书** ACADEMIC CERTIFICATE

完成本班全部课程学习，将由中国人民大学建立学员档案，颁发中国人民大学结业证书，证书统一编号存档，加盖钢印，可通过中国人民大学网站进行查验。

**BACKGROUND OF**

**RUNNING A SCHOOL**

**成立背景**

**一流学府、金牌师资领衔、权威专家打造**

“企业的主要功能：营销和创新。”——管理学大师彼得•德鲁克  
营销为王，得市场者得天下！营销是企业经营的关键环节，是企业发展的核心命脉！在全球化及超竞争时代，企业想要突出重围，唯有变革与创新，从竞争战略、营销战术、到整个营销系统进行全面升级，谋定而动，方能出奇制胜，挺立潮头。  
中国人民大学《品牌与营销策划高级研修班》整合知名教授、资深实战派营销专家，精心设计，融汇经典营销理论、最前沿营销理念和最佳实践，旨在助力构建营销系统思维，培养营销领军人才，帮助企业全面提升营销水平，打造企业核心竞争力！

**课程设置**

|  |  |
| --- | --- |
| ****大数据时代下****  ****营销战略与应用****  ****必修课1**** | 1、营销学原理，如何制定营销战略规划 2、营销战略制定的系统思路和决策方法 3、销售、产品、定位、战略、资源等诸多企业经营要素之间的联系及相互作用 4、如何根据企业自身实际情况设计和选择有效的营销策略方法等 |
| ****商业博弈与营销竞争****  ****（必修课2）**** | 1、博弈原理与市场竞争 2、客户价值、目标市场定位与错位竞争策略 3、营销组织建设与渠道管理中的机制设计 4、营销管理中的激励机制设计 5、营销政策的互补匹配与企业的核心竞争力 |
| ****营销策划与服务营销****  ****（必修课3）**** | 1. 营销思维、营销的逻辑与实操过程 2、营销策划的含义与五大关键 3、促销与公共关系策划 4、广告策划与信息传播 5、营销渠道策划 6、服务创造商业价值 7、典型服务理论及其应用   8、战略性服务设计的五大策略 |
| ****品牌创新与整合营销****  ****（必修课4）**** | 1、设计品牌战略与策略 2、品牌价值传播与企业营销价值链构建 3、如何建立企业的强势品牌，使企业的竞争上升为品牌竞争的高级阶段 4、塑造强势品牌的具体策略和工具、方法等 |
| ****大客户拓展营销策略****  ****（必修课5）**** | 1. 了解大客户营销的特点与营销技能 2、大客户营销的最高法则是信任   3、商战大客户经典营销案例解析 |
| ****现代营销渠道的****  ****设计与管理****  ****（必修课6）**** | 1. 营销渠道的竞争优势和价值分析 2. 渠道运作的误区 3. 分销行业实例研究   4、经销商激励，渠道业绩评估，渠道控制与反控制 |
| ****新媒体全网营销策略****  ****（必修课7）**** | 1、网络工具和网络新媒体应用 2、如何选择适合的网络营销模式 3、如何利用现有网络营销模式进行企业营销 4、如何打造自己的全网营销模式 |
| ****高绩效营销团队构建****  ****（必修课8）**** | 1、营销组织的设计与管理体系的设计 2、销售人员的选育留用与绩效管理 3、薪酬设计、团队激励与控制 |
| ****沟通与谈判艺术****  ****（必修课9）**** | 1. 高效沟通原则 2、谈判策略布局 3、主动权的掌握 4、成交的技巧 5、协调冲突与情绪管理   6、商务谈判的成功案例与实务 |
| ****营销管理者财务素养修练****  ****（必修课10）**** | 1. 财务报表涉及的管理问题 2、掌握三大财务报表   3、利润的设计与来源  4、强化现金流意识，提高资金运作效率 |
| ****营销沙盘模拟实战****  ****（必修课11）**** | 1. 制定营销战略 2、建立营销组织   3、管理营销渠道和营销计划控制 4、理解市场导向的真正含义 |

**TEACHING STAFF**

**拟邀师资**

**包 政** 中国人民大学商学院教授、深度营销战略理论创立者

****孔 英**** 清华大学深圳研究生院教授、博士生导师、著名管理经济学家、中国国务院外国专家局特聘专家

**赵大维** 著名谈判专家、欧洲谈判教学与研究中心亚洲分部主任

**白 刚** 中国人民大学管理学博士、著名营销实战专家

**薜 旭** 北京大学经济学院教授、中国著名战略管理与营销管理专家

**张智勇** 北京大学心理与认知科学学院副教授

**周 禹** 中国人民大学商学院副教授、MBA中心主任

**李永平** 中国人民大学副教授、“市场营销与经济比较”英国约克大学访问学者

**许丽杰** 国家商务部海外营销专家

**丁守海** 中国人民大学经济学院教授、博士生导师、国民经济管理系主任

**刘子字** 对外经济贸易大学国际商学院教授、EMBA/MBA导师

****程绍珊**** 清华大学深圳研究生院特聘讲师、著名营销实战专家

**路长全** 当代最具有价值的实战营销专家、中国一系列营销案例的策划人和操作者  
****程广见****  著名大客户营销专家、中国人民大学、香港光华管理学院特聘讲师  
****万**  **钧**** 高级商务策划师、首部“工业企业营销与品牌管理对标指标体系”制订者

****石建鹏**** 中国早期网络营销实践者、实战派网络营销专家

****裴章先**** 中国经营沙盘培训领域开拓者与领导者、沙盘演练著名导师

**施 炜** 著名营销实践专家、中国人民大学金融与证券研究所首席咨询师

**刘凤军** 中国人民大学商学院教授、著名品牌营销专家

**荆建林** 清华大学经管学院课程教授、中国战略研究会特约研究员

**中国人民大学CMO高级研修班报名表**

填表日期： 年 月 日

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 个 人 信 息 | 姓 名 |  | 性 别 |  | 身份证号 |  |
| 民 族 |  | 籍 贯 |  | 出生年月 |  |
| 专 业 |  | 最高学历 |  | 工作单位 |  |
| 职 务 |  | 职 称 |  | 移动电话 |  |
| 联系电话 |  | | | 传 真 |  |
| 通讯地址 |  | | | 邮政编码 |  |
| 电子邮箱 |  | | | | |
| 工 作 单 位 情 况 | 单位名称 |  | | | 所属行业 |  |
| 职工人数 |  | 资产总额 |  | 单位网址 |  |
| 单位法人 |  | 联系电话 |  | 传 真 |  |
| 通讯地址 |  | | | 邮政编码 |  |
| 单位性质 | □ 国有及控股 □ 股份有限 □ 有限责任  □ 集 体 □ 私 营 □ 合伙人 □ 中外合资  □ 外商独资 □ 个体 □ 事业 | | | | |
| 教学组意见 | |  | | | | |
| （注：如有退费，有关规定开班前请详询招生老师，开班后不予退费，敬请谅解！）  请参加培训人员认真填写此表（此表可复制） | | | | | | |