**营销管理与****创新实战（CMO）高端班**

**鼎力中国 营销世界**

****

**【导 言】**

人类本质的交流方式只有两种----要么是战争，要么是营销！

营销是企业经营管理的核心环节，是企业的命脉！在经济全球化和市场竞争激烈的今天，企业如何进行有效的营销管理？如何制定前瞻可控的营销战略？如何高效快速低成本的构建强势品牌？如何打造金牌营销团队？如何渠道创新和终端突围？如何全面提高营销竞争力缔造非凡业绩？面对这一系列课题，中国企业要想突出重围唯有变革与创新，谋定而动，才能出奇制胜，挺立潮头！

“**营销管理与创新实战（CMO）高端班**”**（源自—清华大学实战营销总监（CMO）高端班）**专为具有战略眼光、关注营销实践的企业高管量身设计，旨在帮助中国企业全面提升管理者营销素质和营销竞争力，课程将经典现代营销理论和先进营销实践相结合，本土化与国际化相结合，强调系统与创新，立足前沿与实战，激发营销创新灵感。采用获得国际公认“360°边学边战”培养模式，让你与营销大师零距离沟通，品味高水平的思维盛宴，突破企业发展瓶颈，从而培养出在未来商战中基业长青的企业领航人！

**【课程收益】**

系统学习经典营销知识，激发营销创新灵感，缔造非常营销业绩，拓展人脉资源平台

**【师资阵容】**

以清华、北大等世界名校资深教授；知名实战派营销专家；一流企业的营销高管为主力阵容

**【学习时间】**

学制一年，每2个月学习一次，每次3天，结业后可继续免费再学习

**【学习地点】**

**北京 清华科技园**

**【学习费用】**

**RMB 25800元/人**（含学费、教材费、资料费、茶点等）

**【招生对象】**

董事长、总经理、营销总监、分公司经理、大区经理等渴望提升营销智慧的经理人

**【证书颁发】**

学员完成全部课程学习，并提交结业论文，经考核合格，颁发天鸿厚德商学院结业证书

**【联系人】**

**【课程体系】** 共六大模块，18门核心课程

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **模块一：营销实战与创新** | | |
| **创新营销战略** | **切割大营销** | **品牌定位营销** |
| 理念创新与蓝海战略  如何创新企业赢利模式  市场营销战略与竞争优势建立  如何不战而屈人之兵 | 互联网下营销逻辑  1/2切割大营销  品牌两极法则  营销生态圈 | 什么是定位？营销定位的方向  定位的时代特征，营销定位的前提  营销定位的基本方面：消费者定位、产品定位、价格定位、市场定位、广告定位 |
| **模块二：品牌运作与媒体传播** | | |
| **品牌4S战略-快速高效构建强势品牌** | **品牌创新与营销策划** | **新媒体营销与广告策划** |
| 差异表达：成功品牌的核心运作  产品表达：成功运作品牌的关键  位次表达：高端品牌成功的关键  关系人表达：如何建立强势品牌 | 如何全球化思维且本土化依托  核心产品的运作规律  如何让产品创新彰显优势  王道营销 | 长尾模式与网络营销  接触点整合与植入式广告  广告、媒体优势整合  成功营销策划案例分析 |
| **模块三：打造高效营销团队** | | |
| **人才的选育留用** | **打造高绩效的营销团队** | **领导个人魅力提升** |
| 成为合格的领导人  甄选销售之英  训练销售教练：做好教练  让高手高飞与把人才留住 | 人是企业唯一的动态资源  非人力资源经理管理的四大环节  十大人力资源实操技能  目标管理与绩效考核实务 | 下属为什么跟随你  如何获得上级赏识和信任  掌握教练的步骤和方法  通过领导艺术提升个人魅力 |
| **模块四：营销渠道与通路** | | |
| **提升渠道与经销商竞争格局** | **管理沟通与谈判艺术** | **绩效管理** |
| 营销渠道的竞争优势和价值分析  渠道运作的误区  中国分销行业实例研究  如何让经销商倾心于自己的品牌 | 领导力与管理力相辅相成  协调冲突与情绪管理  谈判要领  商务谈判的成功案例与实务 | 应由谁来考核？如何设考核指标  过程类考核（态度、能力）  绩效跟踪与辅导  考核沟通、考核结果的应用 |
| **模块五：实战营销创新模式** | | |
| **有效客户关系CRM管理** | **整合营销传播（IMC）** | **大客户拓展策略** |
| 企业赢利新模式  企业CRM的整体概念  在中国成功客户关系案例分析  案例分析和企业CRM前景展望 | 策略性整合营销  广告与促销管理  营销公关策略  利益攸关者关系管理 | 赢大客户者赢市场  大客户是企业营销致胜的关键  大客户营销的最高法则是信任  商战大客户经典营销案例解读 |
| **模块六：新营销双赢策略** | | |
| **移动互联时代“新零售”创新** | **构建社群营销体系** | **新市场新营销** |
| 零售企业面临困境及未来发展方向  新零售实战  零售店商业模式设计  实体创新的四大方向 | 社群营销的再认识  社群营销体系的构建路径  两个不同行业社群案例对比分析  未来社群竞争的新体系 | 新时代的变化  新市场的特征、新营销理念  新营销模式  市场营销组合及四个基本策略 |

**【拟邀师资】（部分）专注于实战实用，精选顶级师资**

**荆建林** 清华大学经管学院教授；中国战略研究会特约研究员，并担任该会企业经营与战略部主任；

**阎旭临** 清华大学大健康研究中心研究员；美国加州大学博士后中国区品牌课主讲教授；

**路长全**  当代中国最具价值的实战营销专家；中国一系列成功营销案例的策划人和操作者,其所著《切割》《软战争》《营销纲领》等成为当代中国营销指南针式的著作；

**程广见** 历任世界500强德国拜耳集团拜耳光翌公司销售管理总监；

**李永平** 中国人民大学教授，经济学学士，作为访问学者赴英国约克大学进修“市场营销与经济比较”；

**万 钧** 现受聘中国企业联合会、中国中小企业协会、河北省政府高级企业培训师，南京市、青岛市政府创业辅导专家；

**曹建明** 八年的华为技术有限公司营销、营销管理、培训工作经验；国内知名的华为专家，营销管理专家，绩效管理专家；

**周 炜** 美国AACTP国际注册培训师、工商管理硕士、实战型职业经理人、资深管理技能训练专家，现任多家企业管理顾问；

**许丽洁**  现任国家商务部海外营销专家，具有深厚的专业背景以及十九年丰富的外贸实战与外贸管理经验；

**张甲全** 国内最早最大的社群—海星会，联合创始人，建立国内最大的母婴社群之一育儿荟，奠定红黄蓝在线教育的基础；

**梁 山** 专注营销15年，成美营销公司（怕上火喝王老吉的制定团队）运营总监，联想电脑、中粮、广汽集团、百雀羚特聘营销顾问；

**丁守海** 中国人民大学经济学院 教授、博士生导师，国民经济管理系副主任；国家自然科学基金委员会工商管理学部 评委；

**刘子安** 对外经济贸易大学国际商学院教授，EMBA\MBA导师；

**【学员感言】**

营销班真的给我开启了职业、工作、生活的一扇窗，使我的职业生涯更自信，工作更从容，生活更丰富多彩，同时带来了无穷的快乐。总之，营销班给了我知识智慧，友情和力量，我以上了营销班而自豪，我以拥有这么多优秀的同学而骄傲。这一切，要感谢班主任刘老师，还有小门老师、小白老师……我上了营销班，自信而充实并且为之骄傲！

* **石剑青**

我认为我来参加营销班的学习，是在正确的时间、正确的地点、做了一件正确的事。经历学习的过程中，解决了不惑，愉悦了心情，增强了自信，结缘了朋友，带来了健康，岂能不快乐？！我学习，我快乐！

* **姜志刚**

我深深爱上了我们这个班级，期待着每一次与大家相聚。怀揣着一颗谦恭的心同大家一起聆听最前端的营销知识，真诚的与同学们相处，感恩所有为我们这个班费心、出力的每一位老师和班委。

* **宋 琳**

**【课堂精彩瞬间】**

