

中国首席品牌官（CBO）高级研修班 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/161/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E9_A6_96_E5_c78_161980.htm 上海交通大学安泰经济与管理学院品牌管理者的“黄埔军校”，为您提供：最强势的品牌高地 最前沿的实战专家 最实际的操作手册 最贴切的模拟训练【项目介绍】“中国首席品牌官（CBO）高级研修班”是为帮助中国企业成功应对品牌时代的挑战，打造中国强势乃至世界级品牌而设计的。本研修班与上海市政府合作，已成功举办了三期，现隆重推出第四期。研修班将始终围绕高层管理者所面临的实际品牌问题，从理清基本概念入手，基于品牌管理核心问题，依据品牌管理的系统观点，并利用各种切实可行的品牌管理工具，通过讲授，案例，讨论，品牌设计模拟等研修方法，循序渐进地引导高层管理者在真正理解品牌的基础上，规划和落实品牌行动，从而为品牌成功运作奠定基础。【以往学员单位】上海市经委、上海市旅游事业管理委员会、上海电气集团、上海汽车集团、百联集团、上海医药集团、国药控股、上海国大药房、宝钢股份、上海石化、三枪集团、上海冠生园集团、上海家化、上海龙头股份、上海亚明灯泡厂、良友（集团）、联华超市、光明乳业、上海烟草集团、捷强烟草集团、上海海烟物流、上海长江口股份有限公司、均瑶集团、上海实业马利画材有限公司、欧挺国际贸易公司、青岛红领集团、震旦（中国）投资有限公司、上海华普国润汽车有限公司、上海杏花楼集团、上海融氏集团、上海通用汽车有限公司等。【师资简介】：名师指导，信心保证 孟宪忠：上海交通大学战略管理研究所

所长、教授、博士生导师；国家级有突出贡献专家；兼任一汽大众、正泰集团、海王药业、益佰股份等大型企业经济与
发展战略顾问 话语点睛：有恒产者有恒心，有恒心者有恒业。
王汉武：中国品牌管理中心（CBC）主席；新西兰Tamp.T
国际教练式管理法”创立者；中国职业经理培训学院首席顾
问和教授；中国实战派品牌营销和培训专家 话语点睛：未来
营销是品牌的战争。 Jan: 银线联盟主席及创始人；全球设计
与品牌咨询服务先驱；主导建立了朗涛（Landor）设计顾问
公司全球最大的品牌策略顾问与设计公司；在欧洲和美国完
成了一系列复杂的品牌构建和企业识别设计；Ford标识的设
计者 话语点睛：创意是品牌设计的灵魂。 孔繁任：中国十大
策划人之一；2000年被国务院发展研究中心主办的“中国经
济时报”评为“21世纪不可忽视的十大企业人物”；2001年
当选为“2001最具影响力的十大营销风云人物”；2004年当
选为“中国十年最具影响力十大策划专家” 话语点睛：整合
营销传播已成为一种战略性营销 邓德隆：特劳特竞争战略咨
询公司中国区总经理；被誉为“中国品牌定位第一人”；实
战型竞争战略专家. 话语点睛：企业的核心竞争力的核心是品
牌，品牌的关键 生命力的关键是定位 李光斗：中国十大策划
人之一；著名品牌战略专家；品牌竞争力实战派创始人；中
央电视台广告部顾问；担任全国十几家著名企业的常年营销
广告顾问。 话语点睛：品牌竞争力是企业最持久的核心竞争
力。 邵隆图：现任国际广告协会个人会员(IAA)；国际商业美
术设计协会 A 级资质会员(ICADA)；中国广告协会学术委员
会委员；上海广告协会常务理事。 话语点睛：品牌规划设计
是要研究人性相近相通之处和习惯相远的差异。 【研修内容

】：七大专题打造强势品牌的利器 专题一：品牌战略 (2天)
研修目标：中国企业在打造品牌过程中机遇和挑战并存，通过学习，把握品牌竞争格局，规划品牌竞争战略，打造强势品牌。 研修内容：1、品牌成长的契与坎 2、品牌成长的动力源 3、品牌竞争格局 4、品牌竞争战略 专题二：品牌规划 (1天)
研修目标：打造强势品牌的八个步骤 研修内容：1、品牌的内涵和本质 2、提炼品牌的USP（品牌定位不等于品牌宣传定位） 3、品牌打造的系统思考：十年磨一剑，一剑封喉的智慧 4、创品牌与守品牌的路径选择 专题三：品牌定位 (1天)
研修目标：通过特劳特经典定位理论，对中国品牌的成功和失败案例做深入解读，找到一条通往成功品牌之路 研修内容：1、特劳特定位理论的核心内容 2、定位理论对中国本土企业的指导作用 3、选择两个行业的代表企业做深入解读 4、你的品牌如何定位，胜算有几何 专题四：品牌标识 (1天)
研修目标：集品牌理念、艺术感染力和市场号召力的VI是如何设计出来的。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com