

清华大学营销总监(CMO)国际研修班(七期) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/162/2021_2022__E6_B8_85_E5_8D_8E_E5_A4_A7_E5_c78_162112.htm

面对日益激烈的市场竞争，从某种程度上说，营销的成败决定着企业的成败。企业如何前瞻竞争态势，洞悉营销方向进而展开有机的组织和运营？如何实现持续增长？如何迅速打造公司的品牌？如何让营销管理者由连长变成团长，不仅能打游击战还可以打阵地战？如何沿袭名企营销创新真谛，从实效性角度锻铸产品核心竞争力？清华大学整合国际专业培训认证协会举办“实战型营销总监国际认证课程”，邀请营销领域一流的专家、教授，以及国内外知名企业的营销总监为您指点迷津、解惑答疑。演讲、对话、问答多种形式；经典营销法则、全新实战经验、优秀企业营销案例，多项内容。熔铸企业营销实战与理论，构建营销制胜宝典，助力中国企业发展！带着您的问题和案例来，让实战专家和您的同学们现场剖析……

【主办单位】【课程支持】清华大学继续教育学院 美国培训认证协会（AACTP）

【课程特色】国际知名院校：由清华大学举办，并整合国际专业培训认证机构美国培训认证协会的课程体系，立足本土提供国际化的实战课程。师资阵容强大：由清华等著名高校教授、中外知名企业界高管联合执教。教学模式先进：案例教学、情景模拟、分组指导、师生互动。课程内容实用：为总监级高级经理量身制作，可操作性强，即学即用。最佳交流平台：学员交流，智慧碰撞；带来问题，带走方案；加强合作，资源共享。超值回报：参加学员所在企业可有资格申请无偿获得清华大学企业远程培训课程

及相关服务！ 【招生对象】来源：www.examda.com企业市场总监、营销副总、品牌总监、营销总监；以及分公司经理、区域经理等。 【证书颁发】#61550. 并可获得美国培训认证协会（AACTP）颁发的营销总监职业资格证书。 【学习安排】学制：在职学习, 学期两个月，每月集中四天（周四至周日）上课。培训地点：清华大学 报到时间：2006年12月6日（周三）上课时间：06年12月7日 - 10日、07年4月5日8日 【学费】共9800元人民币（含课程、讲座、资料、课件、证书费及午餐），食宿自理。来源：www.examda.com 【联系方式】电话：010-85861696 / 85860583 联系人：柴老师 【课程内容】一、核心课程现代市场研究与营销战略消费者洞察与品牌推广理念创新与市场分析 市场营销战略定位 目标市场选择：（无差异营销、差异营销、集中营销）品牌的价值定位 产品市场定位 市场营销策略选择（品牌与促销）品牌的真谛与消费者的关系 消费者洞察与商业机会的关系 消费者洞察的工具 产品测试的不同阶段及测试方法 品牌差异化的体现 核心消费群的界定与诉求 品牌利益提供点的形成 成功品牌管理的重点 市场营销计划的制定与实施 新产品内涵策划与流程管理 营销计划与公司计划体系的关系 年度营销计划结构与流程 年度营销计划与绩效考核 如何制定年度营销计划 年度营销计划的执行与监控 新产品设计开发流程与产品管理 新产品的定义与产品规划 新产品开发的组织体系 以顾客为导向的产品开发 新产品营销策略的执行与评估 促销方略及有效的媒介管理 价值塑造与价格定位如何定位促销活动及设定有效的市场目标 促销活动策略与整体市场策略的对应 如何锁定促销推广活动的核心目标消费群 促销推广方法 如何制定及使用助销工

具 媒介的认识及媒介的作业流程 媒介计划和媒介策略图的制定 媒介排期表的制定与执行 如何应付预算的删减 客户价值与经营者误区 与价格相关的竞争战略 价值设计的五个步骤 客户利益调查与满意度分析 定价的八个步骤 价格敏感性评估及确定定价结构 交易价格控制 客户和竞争对手对价格的反应分析 细分市场的财务预测与选择 渠道开发与管理 非财务人员的财务管理如何创建渠道销售优势 渠道设计原则和要素 选择经销商和经销商激励 销售队伍的管理 渠道业绩评估 渠道控制和反控制,冲突管理 客户全程信用管理 企业、经理人与财务 解析 财务报表 企业经营绩效分析 企业现金流分析 企业健康状况诊断 影响企业价值的关键驱动因素

二、专题沙龙、讲座：如何组建高效的销售团队 营销绩效管理 与激励 深度化终端建设 大客户销售与管理

三、名家讲座（64学时远程课程包）儒商之道 - 中华人文精神与领导素养清华大学教授，著名国学大师张岂之、学习型组织建设与人力资源开发清华大学教授，继续教育学院院长胡东成、中国国情与绿色发展 清华大学教授，著名国情研究专家胡鞍刚..... 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