

企业营销与品牌管理实战国际研修班研修班考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/540/2021_2022__E4_BC_81_E4_B8_9A_E8_90_A5_E9_c78_540069.htm 营销与品牌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化的今天，企业如何进行有效的营销管理？如何制定前瞻的可控的营销战略？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？如何进行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？面对这一系列难题，唯有变革与创新！“清华大学企业营销与品牌管理实战国际研修班”，旨在帮助中国企业全面提升营销管理者素质和营销竞争力，课程将经典的现代营销理论和先进的营销实践相结合，将本土化与国际化相结合，强调系统与创新，立足前沿与实战，让您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；从而培养出在未来的商战中之长青型企业的领航人！【课程主办】清华大学CIMS中心中国留美管理学会【课程优势】顶级院校学府：清华大学与中国留美管理学会联袂举办。超强师资阵容：清华北大等著名高校教授/业界顶级专家顾问/中外知名企业高管联合执教。授课互动实战：课堂讲授/小组讨论/经验分享/案例分析/角色模拟/对话交流/考察实践等。丰富资源整合：您将成为清华大学CIMS中心VIP会员，获邀参加我院举办的清华管理论坛和沙龙、俱乐部等活动，建立终生受用的个人和企业关系网络。【招生对象】董事长、总经理、营销副总、销售总监、市场部经理、、营销策划人等相关高层管理者。以上人士必须具备大专及以上学历【课程安排】模块一：营销战

略 模块二：整合营销传播（IMC）战略营销分析与规划 行业市场研究与数据分析 消费者行为学 营销模式创新与实践 消费者洞察、市场竞争分析 理念创新与“蓝海战略” 市场营销战略与竞争优势建立 目标市场选择与营销差异化定位 魅力无穷的同心多角化扩张 透析海尔 品牌定位与品牌战略 打造营销竞争力的10大法则 产品组合策略 价格策略的战术运用 整合营销传播(IMC)的基本原理及应用 整合营销传播策略 品牌传播推广工具的选择 市场分析和传播目标制定 消费者洞察和调查 如何设计传播讯息 多方位媒体传播途径及案例 GIMC全球整合营销执行 公关、直邮、企业内部传播、及互动媒体 整合的名人营销与体育营销 模块三：经销商与渠道管理 模块四：营销团队建设 上兵伐谋，如何智取营销渠道 渠道设计原则和要素 如何让经销商倾心于自己的品牌 签署协议要点如何控制风险、趋利避害 经销商激励与有效监控 渠道业绩评估 渠道窜货管理与控制，冲突管理 客户全程信用管理 如何营造强势终端 终端管理七字诀 渠道开发与经销商管理 现代物流管理与供应链管理 营销高管的个人领导力建设 营销团队系统规划 打造金牌营销团队的六大法则 如何选用育留人才 授权的原则、效用、步骤 营销团队的激励和绩效评估 营销团队的有效培训 消除营销团队内部矛盾“五宗罪” 赢在思维力 执行力大客户营销策略 有效的客户关系（CRM）管理 模块五：高效品牌运作与管理 模块六：年度营销计划与新产品开发 管理品牌的定义 品牌的内涵 品牌延伸的条件 多品牌策略 品牌运作方式 品牌4S战略 有效品牌定位与品牌战略 成功品牌的创建与管理 品牌危机管理 快速高效低成本构建强势品牌 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
评估模块七：促销方略及有效的媒介管理 模块八：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 二、互动主题讲座（与模块课程11组合安排

）1、市场调研与营销策划 2、透过财务数字决策企业经营 3
、构建高绩效组织 4、财务管理与资本运营 5、国学智慧与企业
经营 6、非财务人员的财务管理【师资阵容】排名不分先
后 路长全 中国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 冈崎茂
生 电通中国战略策划总监，品牌战略执行总顾问。东京大学
教育学士，日本国际大学商学院广告讲师，日本政府邮政省
员工教育中心市场营销讲师。 汪立耕 中国惠普研发实验室创
建第一人，他集10年研发与5年市场营销管理经验于一身。亲
自参与并主持了面向全球市场的惠普新产品定义与市场推广
项目，成功的利用科学规范的新产品定义框架和体系推出了
面向国际的新产品，取得了辉煌的成绩。 江婕 电通中国市场

企划副总监，资深品牌顾问，历任通用汽车集团金融服务公司、WPP集团智威汤逊广告公司、WPP集团奥美公关公司客户经理、公关经理等职。王文良 亚洲顶级营销通路大师，中国著名的销售大师，先后担任过四家跨国公司营销总监 胡左浩 清华大学经济管理学院市场营销系教授 刘永炬 著名品牌战略专家，中国实战营销奠基人 董关鹏 清华大学新闻与传播学院院长助理；清华-奥美公共形象战略研究室主任；中共中央外宣办暨国务院新闻办全球传播高级研讨班联合主讲人 张利 清华大学职业经理人特聘教授，著名战略营销专家；“指明灯”式的实战派管理专家 刘凡 最具亲和力和实战启迪式的营销专家，曾任金蝶软件（中国）北方区总经理 鲁百年 博士、教授。我国有特殊贡献的专家，享受政府津贴专家，资深实践管理专家 付遥 年度畅销商战小说《输赢》的作者，财智十大杰出管理培训师之一 荆建林 清华大学教授、战略营销专家；著名战略营销专家 马作宽 清华大学EMBA教授，著名营销战略专家，清华大学总裁俱乐部专家委员会主任。主讲的《市场营销战略》是清华大学经典课程之一。王保华 Elcoteq公司全球资源开发总监；资深物流、渠道运营专家 姜彦福 清华大学经管学院教授，博导，清华大学中国创业研究中心主任。在创业管理、公司治理结构、制度经济学等方面有成就突出。担任多个公司董事和顾问，实践经验丰富。江广营 中国培训界最受推崇的实战派培训师，营销界的韬略大师，清华大学、北京大学、复旦大学EMBA班客座教授。多家国内知名管理顾问公司特聘高级顾问。王建 国家注册咨询师；曾先后任比利时埃特尼特（中国）有限公司；德国三贝塔斯曼（中国）有限公司等多家跨国公司的营销副总及高级管理职务

，《销售与市场》、《中国经营报》资深撰稿人；清华大学、北京大学、上海交大客座教授。丁兴良13年研究工业品营销的背景；6年针对工业品的培训与咨询经历（工程、IT、汽车等），被称为“国内大客户营销培训第一人”；曾任全球婴儿护肤排名第一：Johnson & Johnson销售经理，凯泉水泵资深销售经理，英维思集团销售副总经理。【学习指引】

开课时间：2008年11月21-23日 上课地点：北京·清华大学

学制：一年，每两个月集中授课3天，共六次 课程费用：
¥19800元/人（课程学费、教材费、讲义费、证书费）

团队报名优惠：同一企业3人以上报名可享受9.5折优惠

学习大礼包：清华大学多功能笔记本电脑包 营销系列原版教材

交费方式：现金、汇款，学员在收到录取通知书后汇款至清华大学国家CIMS中心唯一指定收款单位。

报名程序：符合条件者请填写报名表，由清华CIMS中心根据报名顺序进行资格审查。资格审查通过后，我院将于接到报名表一周内寄发《录取通知书》，学员收到《录取通知书》后办理入学手续。

交费方式：现金、汇款，学员在收到录取通知书后汇款至清华大学国家CIMS中心唯一指定收款单位。

报名方式：联系人：杜老师
电话：010-51285464 传真：010 - 51667490

证书颁发：全部课程学习结束并经结业论文考核合格者，由清华大学颁发“清华大学企业营销与品牌管理实战国际研修班”结业证书。

食宿安排：由我校负责统一安排，费用学员自理。

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