



中国人民大学商学院 首席营销官 (CMO) 课程班 (第 12、13 期) 2022 招生简章

金牌师资领衔、权威专家指导、数千家知名企业营销部门首选

中国人民大学商学院倾力打造国际化视野的优秀 CMO 训练营

课程总览

在全球经济一体化的环境中,在国内和国际营销环境日益多元化,新冠疫情肆虐的今天,企业营销面临着前所未有的挑战,企业管理者也面临更加激烈的商业竞争。营销人的思维也正以令人炫目的方式变化着。从数字营销到移动商务,从网络销售到社交媒体,首席营销官们(CMO)面临着全新的经营管理与传播模式。如何整合线上线下的资源和渠道?如何提升消费者参与度?如何创建内容去与你真正的目标客户群建立联系?如何通过数字营销打破企业增长的瓶颈?CMO对于企业的价值,已不仅仅是驱动市场营销活动,还将影响产品开发策略、供应链策略、商品定价策略、客户服务策略等。只有那些能在不断变化的环境中仍能所向披靡的CMO们,才能帮助企业成功打造营销领域的核心竞争力,成为一个卓越的营销企业。

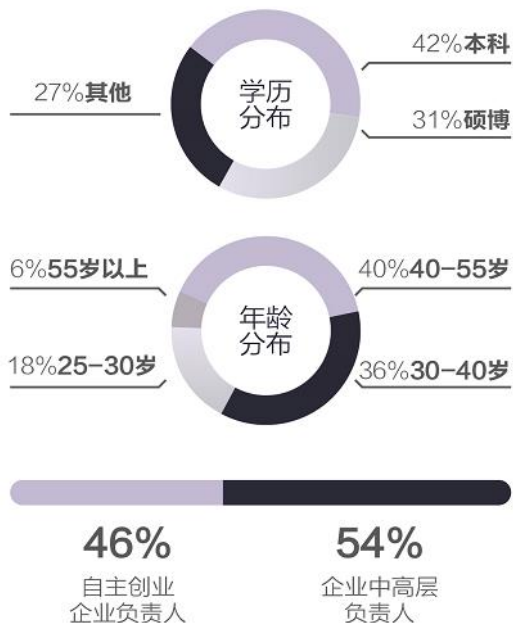
中国人民大学商学院首席营销官(CMO)课程班从2012年开始举办,一直洞察并紧贴时代的趋势,在课程中讲授最新的营销理论和工具方法,分享最鲜活的实战案例。每个课程模块都会标配模块主任,在商业实战中系统地构造营销管理的每个环节,引领新时代营销发展,培养具前瞻国际视野,打造实战能力和专业出众的新一代复合型营销专才。

课程对象

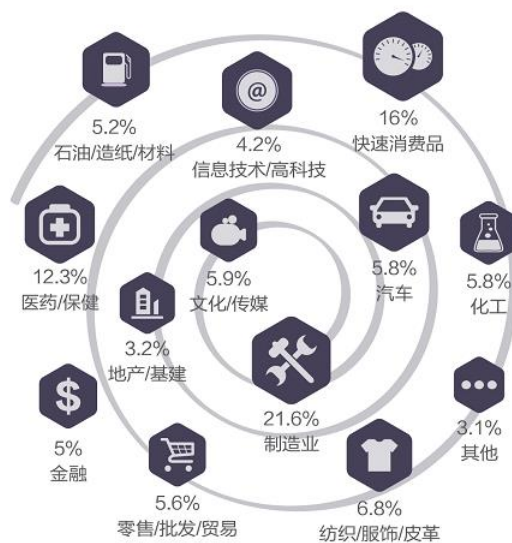
本课程是为在企业担任高级管理职务,企业总裁、副总裁、营销总监、市场总监、区域总监、大区经理,或在跨国公司、大型企业任部门经理以上职务人员而量身定做的。课程要求学员在该领域至少有3年的管理实战经验,并已掌握了基本的营销知识。



学员概况



行业分布



课程目标

- **营销视角：**打开营销系统化视野，实现敏锐的市场观察力，建立现代营销理论体系和框架，形成正确的营销视野思维。
- **营销战术：**掌握营销顶层设计思路，提升自身以及营销团队作战能力，面对新的营销形式，提高自身以及团队的市场营销策略的分析、技巧和战术。
- **营销战略：**了解最前沿的市场营销战略，提升营销规划能力，实现立体出击，更理性、更科学进行市场经营决策，建立以用户为中心的价值理念。
- **营销领导力：**提升营销管理领导魅力，实现从业绩导向转变为管理导向，真正实现CMO在企业中的领导力价值。
- **营销案例：**通过营销实践案例坊，掌握互联网与数字营销新思维。





课程设置

本课程共七大模块，每个模块 1-3 天，两个月授课一次，共 21 天课时。模块标配模块主任，从研发、教学、案例分析全程参与并设计。



学制1年
每年2期



每1.5-2个月授课1次
每次授课3天



共7大模块
共计21天



课程学习
+终身课堂

模块一 数字时代的营销创新

模块主任：周宏骐-企业独立董事, 新加坡国立大学 (NUS) 商学院市场营销系兼任教授

- 数字营销规划框架与工具
- 新媒体的营销创新
- 精准产品的推广战略
- 数字时代的渠道管理

模块二 品牌塑造与整合营销

模块主任：刘凤军-中国人民大学商学院教授，著名品牌营销专家，中国市场学会副秘书长、中央电视台广告策略顾问

- 品牌创建与品牌维护
- 品牌识别强化与品牌资产增值的方法
- 创造商业价值与营销优势
- 整合营销传播与危机公关

模块三 深度战略营销

模块主任：程绍珊-著名营销实战专家，华夏基石副总裁，具有多年中国企业营销管理咨询经验，专注于“深度营销”模式研究和实践

- 深度营销模型的建立
- 渠道网络的布局与整合
- 营销价值管理与价格体系设计
- 营销策略的创新与升级



模块四 关键客户关系管理

模块主任：路长全-中国企业界的营销巨匠，切割理论创始人

- 关键客户金字塔-创造卓越绩效工具
- 经营有价值的客户
- 打造关键客户关系状态
- 人情世故心理学

模块五 营销技巧与定价战略

模块主任：方世伟-前美国休闲品牌 PONY 大中华区 CEO 、前李宁公司集团副总裁兼 CMO，
香港大学 SPACE 营销中心课程教授

- 打造营销创意技巧
- 制定最佳定价策略
- 价格杠杆要素与价格竞争分配方法
- 消费心理学与用户洞察技巧

模块六：战略营销团队管理

模块主任：夏凯- Selling Logic 销售罗盘创始人，用友营销学院创始人兼院长

- 营销团队管理的技巧与战略
- 营销团队的激励机制建立
- 商务谈判与沟通技巧
- 探讨营销团队的顶层设计

模块七：新零售的营销模式创新与工具方法

模块主任：刘向东-中国人民大学商学院教授，中国连锁经营协会特聘专家，曾任商学院副院长

- 定义网络经济与数字经济在新零售中的关系
- 新零售商业运营的原理与工具
- 私域流量在新零售环境下的破局之路
- 中国实体零售商的数字化转型

模块八 标杆企业考察

腾讯、大疆、华为、无印良品、天虹股份、苏宁、可口可乐、小米等



课程的学员自动获得人大商学院校友资格，在所学课程之外，我们还提供一个持续学习交流的平台

持续学习：成长中国大讲堂、大师课堂、首席沙龙、知名企业探访



CMO 学会：CMO 学会将打通班级边界，整合所有往届 CMO 课程班学员。并力邀学界专家和业界领袖组成最强顾问和导师团队，力邀知名企业和专业机构作为理事单位，策划和开展最具价值的各种活动，集合优势、共享共赢，预见未来、勇立潮头，打造中国最顶级的 CMO 联盟。



全球营销论坛：一年一度，聚焦社会各界高度关注的营销前沿实践和案例





授课师资

本课程由人大商学院多位资深教授和业界实战派专家共同设计并讲授。



包政 中国人民大学商学院教授，包子堂创始人。中国著名营销管理学者，中国管理咨询行业开创与领导者。“社区商务方式理论”的创立者，“深度分销方式理论”的构建与实践者。《华为基本法》起草人之一



刘凤军 中国人民大学商学院教授、博士生导师，著名品牌营销专家，中国市场学会副秘书长、中央电视台广告策略顾问。多项国家自然科学基金、社会科学基金项目主持人，曾为中国银行、北京移动、百丽集团、蒙牛集团等近百家企业做过营销与品牌培训及咨询。



程绍珊 著名营销实战专家，华夏基石副总裁，北京迪智成企业管理咨询有限公司董事长。美的集团、中国南方航空、中国国旅、中钞集团、欧普照明等知名企业特邀高级讲师，具有多年中国企业营销管理咨询经验，专注于“深度营销”模式研究和实践



叶茂中 24年专注本土市场营销，洞察本土消费者。为200多家企业进行整合营销传播策划和品牌设计，创意拍摄1000多支广告片，迅速提升企业品牌与销量；2008年荣获国家工商局颁布的中国广告30年突出贡献大奖、2005年入选中国十大营销专家、中央电视台广告策略顾问。



方世伟 前美国休闲品牌 PONY 大中华区 CEO，前李宁公司集团副总裁兼 CMO，香港大学 SPACE 学院创新与营销中心课程教授，研究领域：企业战略转型、定价策略、产品与服务创新及创新管理、战略与营销、组织变革与领导力、全球品牌运营管理。



王赛 著名市场增长战略顾问，科特勒咨询（KMG）中国区管理合伙人，曾担任海尔集团战略与投资委员会常年顾问，腾讯 AI 加速器常年顾问，PICC 集团常年顾问，作为数字化市场增长战略的咨询顾问，咨询服务于顶级企业与企业家。著有《增长五线》《增长的策略地图》《首席增长官：从 CMO 到 CGO》《数字时代的营销战略》等



周宏骐 新加坡国立大学 (NUS) 商学院市场营销系兼任教授。拥有跨国企业 20 多年高层管理经验，曾代表世界 500 强企业包括惠普科技、新加坡电信、通用汽车等主持过东北亚、东南亚、大中国与亚洲新兴国家工作，曾任副总裁、区域与国家总监等职务。



张默闻 策划集团董事长、中国十大营销策划家、中国最具影响力广告年度人物。连续 5 年蝉联中国中央电视台广告经营管理中心广告策略顾问、中国广告协会学术委员会委员、受美国市长邀请赴美访问的中国营销策划家，在策划界有“北有叶茂中，南有张默闻”的称号。



施炜 中国人民大学商学院课程教授、华夏基石管理咨询集团合伙人、中国人民大学金融证券研究所首席咨询师，长期跟踪研究国内家电、手机、快速消费品等行业营销模式及渠道策略。



金错刀 爆品战略研究中心创始人，网易商业频道特约评论员。曾任美的、九阳等多家企业互联网营销创新顾问。致力于“爆品战略”理论的研究与应用，致力于“产品即未来”这一未来商业理念的创新与落地。《爆品战略》、《微革命》、和《马云管理日志》等书作家。



路长全 著名营销战略与品牌运营专家，中国企业界的营销巨匠，北京赞伯营销管理咨询有限公司董事长。首创切割理论。其实操案例有“鲁花花生油，人民大会堂宴会用油，物理压榨”、“公牛插座，保护电器保护人”、“滋补国宝，东阿阿胶”等。



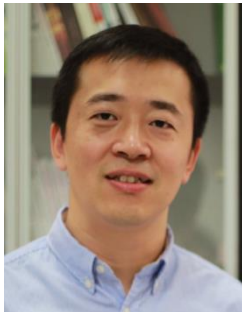
周庭锐 曾任中国人民大学商学院教授。中国市场学会常务理事，英国华威大学商学博士，亚洲零售与流通学会（SARD）常务理事、若干国际营销期刊编委、审稿学者。北京盛德大业国际管理咨询董事首席顾问、多家企业首席顾问、若干上市公司独立董事。



白刚 著名营销实战专家，北京尚衡资本董事长，中国人民大学管理学博士，师从包政教授。《销售与市场》等杂志特约撰稿人。丛林集团、农大肥业、正虹科技、红塔集团、动力源等企业专家顾问。给上千家企业提供市场营销咨询培训服务。



竇文宇 美国威斯康辛大学市场营销学博士，香港城市大学商学院副院长、市场营销学系教授。现任 SKEMA 商学院中国校区学术校长，SKEMA 商学院数字营销及中国社交媒体教授。



黄河 中国人民大学新闻学院教授、博士生导师，中国人民大学新媒体研究所所长，国家发展与战略研究院研究员，人大-国资委国有企业形象建设研究院研究员。研究领域为新媒体传播、新媒体营销与危机传播。



苗兆光 华夏基石管理咨询集团合伙人，多家上市公司独立董事。长期研究企业成长问题，擅长于整体把握企业遇到的现实问题，寻找系统解决方案。为小米科技、江淮汽车（600418）、奇正药业（002287）、动力源（600405）、潍柴动力（000338）等近百家企业提供过咨询培训，其中与十余家企业连续多年深度合作，并帮助其明显提升经营业绩。



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，具有丰富国际教学经验，曾任教于马来西亚吉隆坡的埃森哲亚洲训练中心。赵老师亦广泛的参与了欧洲谈判教学与研究中心主办的各项谈判课程的教学工作而为欧洲各声誉卓著的公私立机构提供教育训练。



夏凯 销售罗盘®创始人、和越网络 CEO，用友营销学院创始人兼院长。国内“顾问式销售”“解决方案销售”“策略销售”和“战略客户经营”的早期践行者和倡导者。



刘春雄 “中国式营销”理论体系的首倡者，著名营销管理实战专家，《销售与市场》杂志社高级研究员，《农资与市场》传媒专家团领军人物。著有《营销创新》、《诊断一线营销》、《销量为王》等多部畅销书。曾任双汇发展副总经理，2017 年被“11 届中国食品产业成长之星”评为年度“杰出营销人”。



刘向东 中国人民大学商学院教授，博士生导师。曾任中国人民大学校务委员会委员，发展规划处处长，商学院副院长。现任国内多家上市公司、电商企业独立董事、顾问，中国连锁经营协会特聘专家。



申请信息

证书授予

完成规定课程的学习，经考核合格者，由中国人民大学颁发课程结业证书。

授课地点

北京（中国人民大学明德商学楼）

授课时间

第十二期：2022 年 7 月 15 日开学

第十三期：2022 年 11 月 25 日开学

每一个半月集中上课一次，一次 3 天（周五到周日）。

办理入学手续，携带以下资料：

1. 1 寸和 2 寸彩色照片各两张（照片背后请注明姓名）；
2. 身份证、学历证（或同等学力证明）的复印件各一份。

课程费用

✧ 人民币 69800 元（包括培训、资料、文具等费用）

可用现金、支票、汇款或银行卡。课程开始后，因故不能参加学习，视作自动放弃研修，不退培训费。

交费须知：

开 户 行：北京市工商银行紫竹院支行

帐 号：0200 0076 0902 6400 244

收款单位：中国人民大学

特别说明：汇票、支票、电汇单上“（收款）单位”一栏均只填“中国人民大学”六字，在“用途”栏里填上“商学院 CMO 课程班 XXX(学员姓名)培训费”。汇款后请将银行汇款回单回复至人大商学院高层管理教育项目中心。



联系方式

联系人：孙铭老师

电话：010—62517337 13611233211（同微信）

网址：<http://ee.rmbs.ruc.edu.cn>

报名地址：中国人民大学明德商学楼 808 室



微信号：rbsrbsrbs

学员感言

这里不仅有严谨科学的营销理论系统化的学习，更有生动精彩的案例解读，活学活用；这里不仅有理论和实战经验都非常丰富的老师授业，更有一群志同道合的同学，可以相互切磋成长。人大商学院首席营销官 CMO 课程专业、严谨、规范的教学管理，生动、活泼的教学方式，让我们每一个学员都受益匪浅。

-----北京小罐茶业有限公司 营销总监 梅江

来人大商学院读 CMO 之初,我仅仅把它当作一次重回校园的精神之旅.在职场摸爬滚打了 11 年,快节奏的工作填满了我生活的全部. 一年刻骨铭心的课程让我内心越来越坚信,这里一定是我重新出发的起点。原来只在书本杂志上看到的教授们，谦卑的站在我的面前，妙语连珠，讲述着近乎超越实操的方法论。五湖四海的同学放下职场上的荆棘束缚，探讨着这个时代崭新的商业逻辑，团建晚宴的欢声笑语里分享着生活里的小惊喜。这里让我重塑了互联网时代的世界观，更让我憧憬未来更好的十年。感恩人大 CMO，感恩为学员成长倾尽心血的所有人。

-----格力电器股份有限公司 市场总监 周强

比方法更重要的，是思维的开拓。在人大商学院首席营销官 CMO 的课程中，不仅有当下最具创新性的营销理论、系统的知识体系，还有精彩的实战案例，国际化与本土化、理论与实践、思想的启迪与智慧的碰撞，令我受益匪浅。日常工作中的困惑也在跟老师的交流中，得到了专业指引。我很欣赏这里直击商业营销需求，专业融合实战的教学方式，让我可以学以致用，不断自我超越。

-----青岛海尔股份有限公司 中国区营销总监 杨文龙



我从事的行业属于传统酒类营销，市场增量举步维艰，面临着一直是“挤压式”竞争状态，转型和改变现有的营销模式迫在眉睫。因此，在众多商学院中非常幸运的选择了“人大CMO”课程，通过课程的学习，不仅提升和完善了营销理论，更加通过很多具体案例积累了实操经验，开拓了视野和格局，切实感觉到了“最懂中国管理”的真谛！

-----北京红星股份有限公司 销售总监 崔虎成

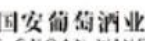
来到大商学院学习，体验到了很多企业主在为自己企业发展奋发图强的学习精神；感觉到了大家为企业员工及社会公益所承担的社会责任感；吸收到了很多营销管理和创新知识；想到了自己很多不足的地方；得到了老师的指点跟帮助，给自己人生的道路上增添了一笔不可忘记的精神财富。

-----北京威可多制衣中心 营销总监 钟凯

从事营销工作十几年，摸爬滚打积累了一些营销的实战经验，但营销理论一直比较碎片化，理论指导实践逻辑性较差。读了一年人大的首席营销官课程班以后，这方面的能力得到了较大的提升。每次的课程老师讲授的是不同的营销课题和纬度，老师不仅讲授极其扎实的理论，而且用大量的企业案例来加强这种逻辑，同时因为一些老师还是很多大企业的顾问或者本身就是企业家，所以老师的讲授让我很是受益匪浅。

-----华耐立家建材连锁 总经理 吴延军

部分学员企业



注：我院保留对课程信息（包括价格、日期、地点、师资、课程安排和其他细节等）进行调整的权力。