

## 课程公约

1. 尊重彼此，手机静音，带齐纸笔，百分百投入；
2. 提前五分钟到教室准备上课，一切从容；
3. 课程中不接听电话，说明你真的是领导；
4. 上课不打瞌睡，不随便走动，成功在心！
5. 共同维护教室环境，上课期间请勿吃零食，课程结束请将杂物带离教室；
6. 没有最好的课程，只有最好的学员；
7. 积极发言，我们鼓励真实的想法和表达，课堂里没有权威、老大和菜鸟；
8. 任何学习，最终都是自学；任何教育，最终都是自治。



# 爱在博研

——全球博研同学会会歌

作词：太 力

陈力滔

作曲：王小淞

1=C  $\frac{4}{4}$

0 0 0 0 1 2 | 3 3 3 3 2 3 5· 3 5 | 6 5 5 5 5 1 3 3· 2 3 |  
为了 心 中的 这份爱 我们 相约回到 校园 这里

4 3 2 2 1· 5 3 2 2 1 | 1 1 1 1 1 2 2· 1 2 | 3 3 3 3 2 3 5· 3 5 |  
四 季 芬 芳 翰 墨 留 香 大 家 庭 温 暖 为了 心 中的 这份爱 一起

6 5 5 5 5 1 3 3· 2 3 | 4 3 4 4 6 5 4 5 5 1· |  $\frac{2}{4}$  6 6 5 6 5 |  
尊 德 问 学 校 园 这 里 春 风 化 雨 生 机 盎 然 传 播 美 名 人

$\frac{4}{4}$  5 - - 5 5 6 7 | 1· 1 1 7 6 7 7 5· | 6 5 5 5 4 5 3· 2 3 |  
间 名 师 的 浇 灌 我 们 修 己 安 人 志 向 高 远 爱 心

4 3 4 4 3 4 5 5 4 5 5 |  $\frac{2}{4}$  6 7 7 1 |  $\frac{4}{4}$  2 - - 2 1 1 | 6 - - 7 6 7 | 5 - - 5 4 3 |  
的 呼 唤 我 们 开 花 结 果 薪 火 相 传 爱 在 博 研 感 恩 不 断 爱 在 博

4 - - 7 1 6 7 | 5 - - 3 2 1 | 6 - - 7 1 2 | 2 2 2 7 1 1 7 1 | 6 - 0 5 1 7 |  
研 激 情 扬 帆 爱 在 博 研 好 儿 女 家 国 情 怀 爱 在 博 研 幸 福 圆

[1.] 1 - - 0 :|| [2.] 1 - - 1 7 1 |  $\frac{3}{4}$  6 - - |  $\frac{4}{4}$  5 1 7 - | 1 - - - | 1 - - - | 1 0 0 0 0 ||  
满 满 爱 在 博 研 幸 福 圆 满

[爱在博研]是由博研同学自己作词、自己谱曲、集体创作而成，她高度赞扬了同学们的家国情怀和同窗友谊，表达了我们每一位博研学子希望通过学习成就人生的美好祝愿。爱在博研，感恩不断！爱在博研，幸福圆满！

# 博研·总裁工商管理高级研修班

招生对象：企业董事长、总经理等参与公司战略制定的高层管理人员及大型企业高级管理人才。

具有 8 年以上工作经验，包括 5 年以上管理工作经验。

学习方式：上课+研讨+参访+游学（读万卷书，行万里路）

学习时间：在职学习一年。12 门必修课程，每月上课 2 天（周六、日上课）。

无法如期上课的学员，可向班主任申请补课（免费复训四年）。

上课地点：广州校区

学习费用：**68800 元/人**。

## 师资力量

知行合一的顶级师资：

汇聚北京大学、清华大学、中山大学、浙江大学、上海交大、台湾新竹清华大学、台湾东吴大学、美国斯坦福大学等海内外知名高校的顶级师资；由社会顶尖学者、商业讲师、世界 500 强企业和著名咨询公司的高层管理者为学员讲授实战课程，融入国外 MBA 教学管理模式，强调实操实战，做到“理论为体，实践为用”。

姓名	职务
余明阳	上海交通大学品牌研究中心主任、上海交通大学管理学院教授
高建华	原中国惠普公司助理总裁、原苹果电脑公司中国市场总监
路长全	营销战略与品牌运营专家、中国营销泰斗
董权	清华大学特聘教授、唯品会首席战略顾问
章义伍	中国十大杰出培训师、麦当劳中国公司第一批创业元老
张嘉伟	美国斯坦福大学设计创新讲席教授、中国人民大学心理学博士
潘诚	中企联管理咨询委员会执行委员、清华/北大等 EMBA 总裁班特聘教授
刘必荣	台湾东吴大学政治系教授、台北谈判研究发展协会理事长
丘宏昌	新竹清华大学科技管理研究所教授、浙江大学 EMBA 教授
王汉武	中国品牌管理研究中心主席、北京大学中国品牌基金主任
黄宏	商业模式/营销创新设计专家、北大/清华/中大等总裁班特聘讲师
陶矜	企业成长/员工发展整体解决模式咨询专家、清华/中大 EMBA 特聘教授
马永斌	清华大学副教授、著名公司治理与股权激励专家
柳宏志	清华亚太新兴产业投资专家委员会顾问、清华/上海交大/浙大特聘专家
霍振先	中国阶梯式资本运作创始人、北大/清华等总裁班特聘教授
曾建斌	中大 EMBA、总裁班客座教授、注册会计师、注册税务师、注册评估师

课程体系

课程模块	课程主题	课程收获
开学导入 自我认知	开学典礼暨名家论坛	1. 名家论坛 2. 学前教育 3. 班级管理制度
	体验式学习拓展训练——《人际沟通与团队建设》	1. 户外体验学习 2. 增强团队建设与提升凝聚力 3. 提供最新思考框架
战略顶层设计	顶层设计	1. 把握趋势，实施战略 2. 设计成功商业模式 3. 打造产品创新体系 4. 建立内控管理体系
	企业战略管理	1. 培养战略思维理念 2. 追踪关键战略问题 3. 掌握战略谋划技能 4. 增强战略执行能力
	公司治理	1. 设计以小搏大的股权结构 2. 创始人控制权保护 3. 公司治理结构及企业成长路径 4. 掌握股权激励模式
	宏观经济分析与投资策略	1. 了解最新经济形势与政策 2. 把握最佳投资方向与策略 3. 前瞻产业转型及科技创新动力
营销战略 与 品牌管理	强势品牌的三大基础	1. 明确品牌战略定位 2. 营造品牌战略团队 3. 掌握品牌战略构成要素
	品牌营销管理	1. 认识品牌的真正内涵与现状 2. 品牌战略规划 3. 互联网时代品牌创建的新思维 4. 引爆品牌流行三大法则
	切割大营销	1. 互联网时代商业模式及营销思维 2. 掌握构建高效营销体系及生态圈的方法
	营销价值与差异化战略	1. 深层认识营销意涵与价值 2. 了解战略性营销的流程与 差异化 3. 掌握功能与战术营销技术
	大客户营销策略	1. 大客户开发思路 2. 客户需求与购买模式 3. 大客户销售技巧
现代投融资决策与财务管理	决策者的财务管理	1. 决策者财务管理关键知识 2. 了解财务报表及财务诊断 3. 掌握预算管理循环 4. 有效实施财务成本控制
	企业税务筹划与税务风险控制	1. 企业涉税风险防范与纳税成本控制 2. 具体税种的税收筹划及案例分析 3. 税收筹划的实际操作
	现代企业资本运营之道	1. 获取前沿资本战略理念思路 2. 掌握资本运营的渠道、手段 及方法 3. 整合人才/产业/资本等战略资源，实现跨越式发展
	企业内部控制与风险管理	1. 掌握风险评估基本方法和工具 2. 掌握内控系统的目标、 原则和基本方法 3. 从制度、结构、流程等提高内控有效性
	企业家财富管理与传承	1. 理财工具判别、投资流程及分析 2. 财富传承的核心手段和方法 3. 扩展传承范畴

课程模块	课程主题	课程收获
人力资源管理	人力资源管理	1. 人力资源管理的组织目标 2. 人力资源管理的系统建设 3. 人力资源管理的战略功能
	商业思维创新 与核心人才培养	1. 可持续发展方式与价值创新 2. 基于价值创新的人力资源 管理 3. 领导者系统思维 4. 人本开发模式创新
	激励组合拳与利润倍增	1. 分析企业激励要素 2. 认识两大激励系统，运用设计激励组合， 实现利润倍增 3. 形成股权合作激励组合，实现裂变式发展
	企业运营与利润再造	1. 重新理解企业管理架构的内在逻辑 2. 掌握经营文化和 运营管理机制 3. 运用 4P 运营模式，突破利润目标
	基于战略的卓越绩效管理 体系	1. 卓越绩效模式建立过程及落地实施 2. 目标导向的管理模式 3. 绩效考核、过程管理及激励设计
	年度目标分解与高效执行	1. 认识及掌握绩效管理策略分析系统 2. 构建与实施全面过程检查体系及高效执行系统
综合管理 与 领导艺术	共赢领导力	1. 企业家卓越领导才能的提升 2. 企业家领导艺术与沟通 技巧的培养 3. 民营企业如何识人、用人、留人
	商务谈判中的谋略运用	1. 企业谈判结构 2. 企业谈判桌上的机关 3. 企业谈判的战术解析
	企业法律风险防范	1. 消除合同设计和争议解决的风险 2. 掌握公司制度安排及 股权比例的关键点 3. 劳动合同核心条款 4. 财富家族传承
	流程复制	1. 企业成长阶梯、阶段及基因 2. 流程设计的黄金准则 3. 流程贯彻的步骤
	高效沟通与冲突管理	1. 为人处世是一生的学习 2. 人的位置与心理的关系 3. 争论中的原则技巧
	总裁魅力演讲艺术	1. 把握演说的关键与重点 2. 了解演说的功用和意义 3. 掌握演说的方法与要领
互联网时代管 理创新	企业转型与变革创新	1. 反思野蛮生长、寻求思维突破 2. 建构核心能力、提升组织健康 3. 实施变革方略、设计过程管控 4. 整体提升推进与系统完善
	战略升级与商业模式创新	1. 了解商业模式创新趋势 2. 掌握创新策略及工具 3. 了解顾客需 求分析、企业赢利点转移、创新规律及策略 4. 自主创新设计体系
	组织变革管理	1. 互联网时代组织变革的本质 2. 了解客户导向流程再造的 理念、变革管理和领导力 3. 实现变革战略绩效管理落地 4. 掌握变革项目运作流程、关键成功环节和要素
	内容营销	1. 用内容促进品牌建设 2. 社交媒体的用户细分及细分战略 3. 内容原创和内容传播 4. 内容营销效果衡量
	互联网思维与企业变革	1. 理解互联网思维 2. 认识互联网思维和传统企业经营理 念的差异 3. 转型过程中的挑战及解决方案
	互联网时代新营销	1. 互联网思维方式及品牌转变 2. 互联网时代营销趋势 3. 互联网时代新营销方法论
学习总结	学习总结、结业典礼	1. 总结课程所学 2. 分享管理经验 3. 颁发证书





**余明阳**

上海交通大学品牌研究中心主任  
上海交通大学管理学院教授、博导  
中国公共关系协会常务副会长  
上海品牌促进中心秘书长



**董权**

唯品会首席战略顾问  
清华大学特聘教授  
清华、北大、浙大、中大等  
国内知名学府MBA、EMBA主讲教授  
国务院国资委在清华大学  
开班课程的主讲教授



**高建华**

原中国惠普公司助理总裁  
中国第一位首席知识官CKO  
原苹果电脑公司中国市场总监  
外经贸大学、南京大学商学院、  
北大汇丰商学院客座教授



**路长全**

营销战略与品牌运营专家  
中国营销泰斗  
清华、浙大、海尔商学院等  
多所大学客座教授  
中央电视台广告部策略顾问



**章义伍**

麦当劳中国公司第一批创业元老  
曾任麦当劳、联想集团高管  
清华、北大、浙大、中大、厦大  
总裁班特聘教授  
连续9年被评为  
“中国十大杰出培训师”



**张嘉伟**

中国人民大学心理学博士  
美国斯坦福大学跨界合作创新组织  
讲习教授  
美国全球管理趋势研究院精研学社  
联合创始人  
清华、北大、浙大、上海交大、  
西南交大主讲教授



**潘诚**

中企联管理咨询委员会执行委员  
上海财经大学500强研究中心  
特约研究员  
国际注册管理咨询师（CMC）  
清华、北大、浙大、国家行政学院等  
高校MBA、EMBA、总裁班常任  
特聘教授



**霍振先**

中国阶梯式资本运作创始人  
北大、清华、上海交大、浙大、  
华中科技大学、西安交大等总裁班  
特聘教授



**王汉武**  
中国品牌管理研究中心主席  
北京大学中国品牌基金主任  
中国十大品牌专家  
CCTV中央电视台首席品牌顾问



**柳宏志**  
清华大学亚太新兴产业投资专家  
委员会顾问  
清华、北大纵横、上海交大、浙大、  
中大特聘专家  
浙商资本投资促进会专家委员会顾问  
杭州企业品牌发展促进会副秘书长



**黄宏**  
商业模式、营销创新设计专家  
北大、清华、中大等总裁班特聘讲师  
商业模式优化设计团队核心专家  
中国本土商业模式优秀咨询团队  
核心咨询专家



**丘宏昌**  
新竹清华大学科技管理研究所教授  
新竹清华大学EMBA执行长  
浙江大学EMBA教授  
中国营销科学学术年会执行主席



**李江涛**  
清华大学政治经济学研究中心  
企业研究部主任  
清华大学经济学研究所博士后研究员  
北京电视台“名师讲坛”主讲人



**王龙**  
清华大学首位认证心理咨询督导师  
清华大学国际工程项目管理研究院教授  
美国技术管理大学经济管理博士班导师  
解放军总后勤部心理健康顾问



**曾建斌**  
中国资深注册会计师、注册评估师、  
注册税务师  
澳大利亚梅铎大学工商管理硕士  
曾在某国际会计事务所研究会计审计  
和税务筹划具有扎实的专业理论功底  
和丰富的实践经验。



**刘必荣**  
台湾东吴大学政治系教授  
和风谈判学院主持人  
台北谈判研究发展协会理事长  
政大、高雄中山大学、厦大EMBA  
兼任教授

博研·总裁工商管理高级研修班

## 商业领袖誓言

我郑重承诺：

我将秉承“学习成就人生，实战创造辉煌”的理念，  
修一等品行，求一等学问，成一等人才，创一等事业；  
尊师重道，勤学修德；诚信营商，实业兴国。

我将主动投入博研学习生活，创新进取，知行合一；

我将积极参与班级交流研讨，求同存异，互学互助；

我将正直行事，永存感恩之心，回馈社会，实现价值；

我将带领团队，追求卓越，履行企业家责任，促进可持续发展！

我将用我的荣耀许诺，以此为证！





---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 蔡毅臣

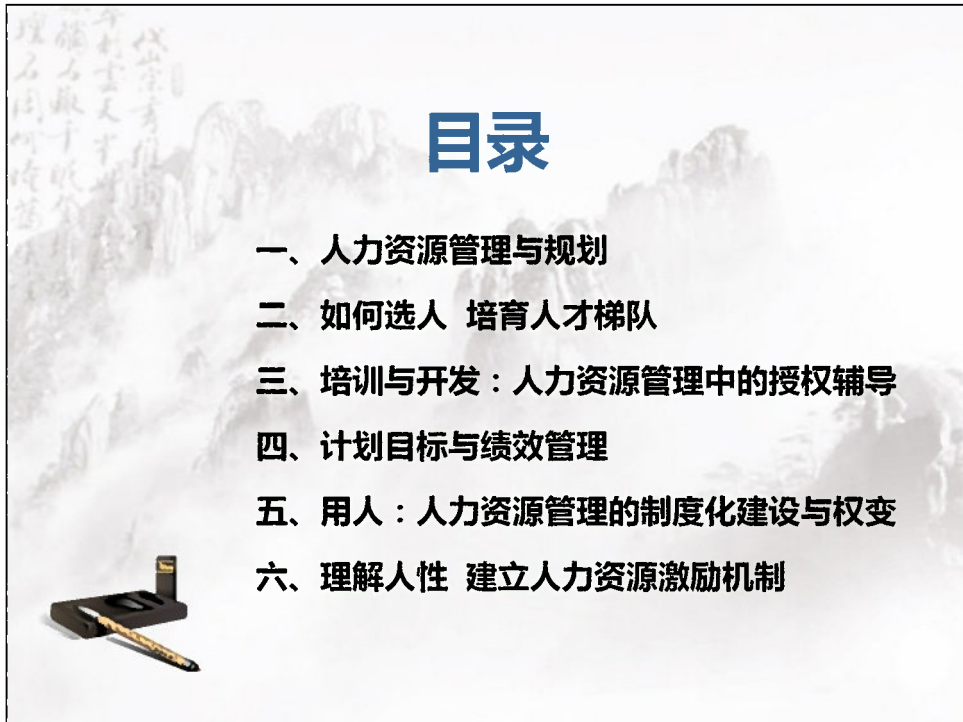


中国管理科学研究院教授

清华大学两岸发展研究院研究员

北大党政干部班特约授课老师

法家思想应用研究专家



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# 一、人力资源管理与规划

古典管理

行为管理

现代管理

人事管理

人力资源管理

战略人力资源管理





## 人力资源管理的基本假设



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## 规划战略人力资源管理系统

人力资源工作者的专业能力为支撑

各级管理者的人资管理水平是关键

企业家的人力资源管理理念是根本

---

---

---

---

---

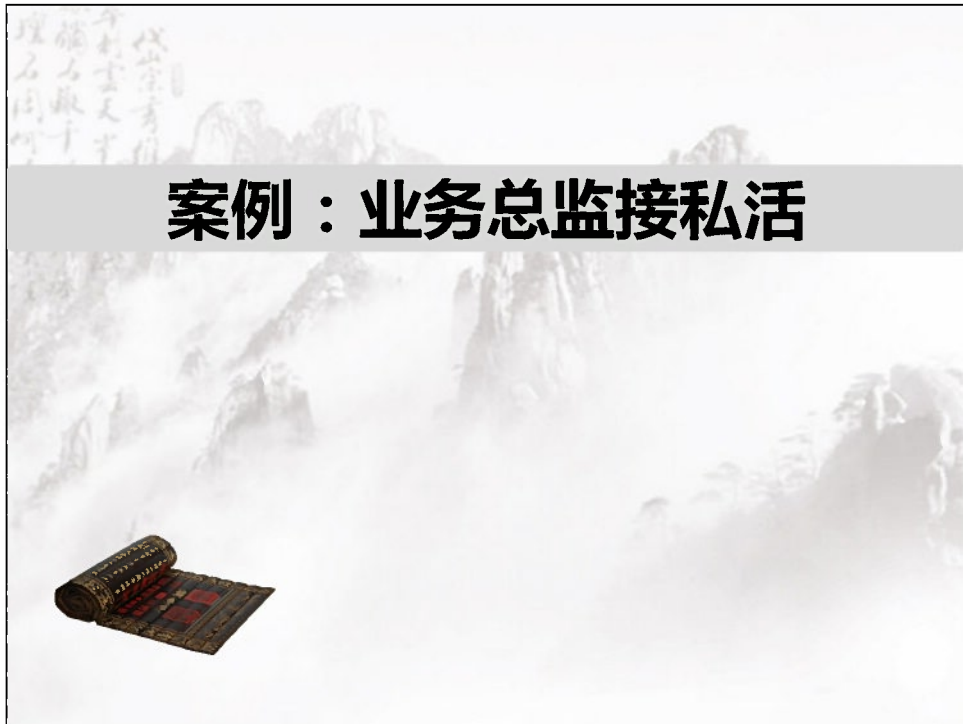
---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

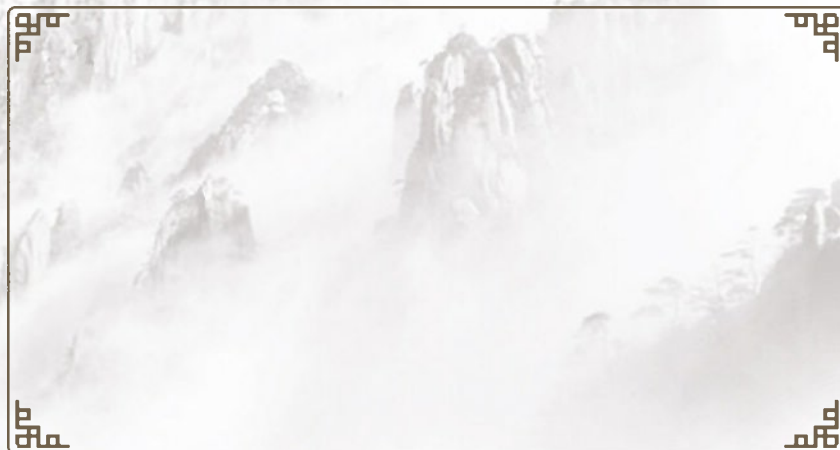
---

---

---



## 用人的能力观与道德观



---

---

---

---

---

---

---

---

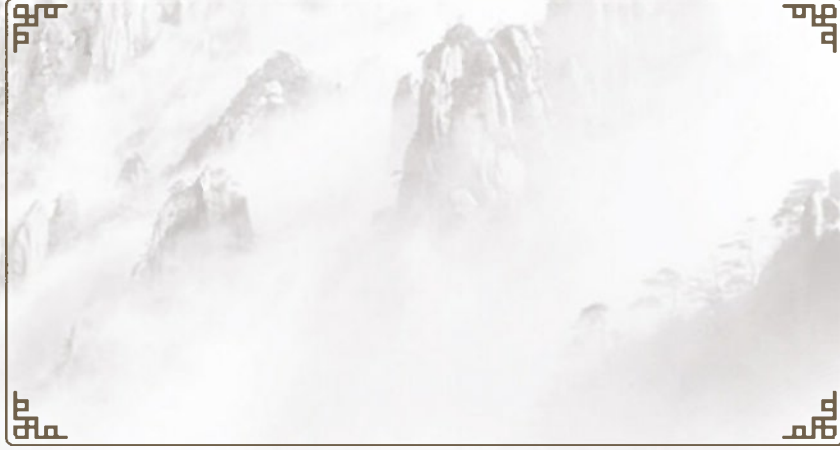
---

---





## 决策者的人力资源思维



---

---

---

---

---

---

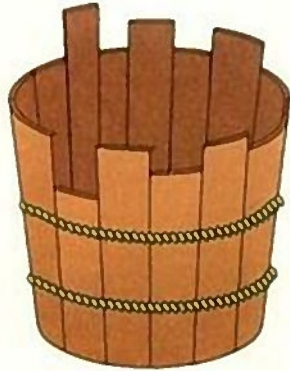
---

---

---

---

## 人力资源管理原则 人岗匹配



用下之长

用己之长

用上之长

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 规划战略人力资源管理系统，请思考



1、我对我直接领导的下属的了解程度如何？



2、目前的核心人才是哪些人？谁可以接任我的工作？

3、对我的核心成员来讲最重要的技能是什么？

4、我做了什么确保下属能通过学习新技能在工作中成长？

5、我面临的哪些问题妨碍我为员工的个人成长提供支持？



我将如何解决这些问题？



---

---

---

---

---

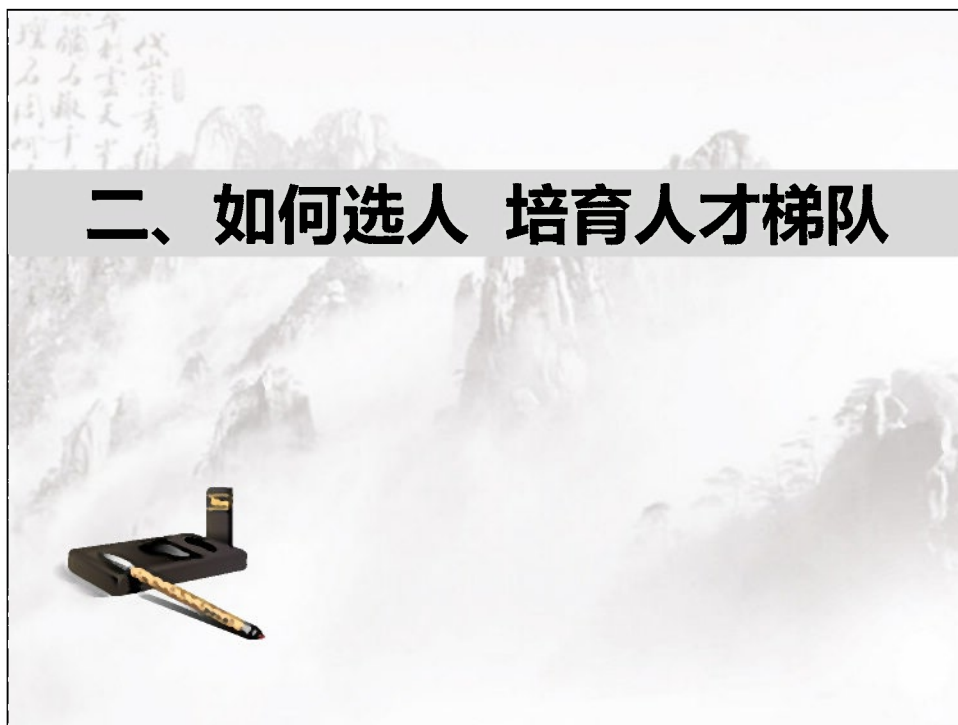
---

---

---

---

---



## 二、如何选人 培育人才梯队

---

---

---

---

---

---

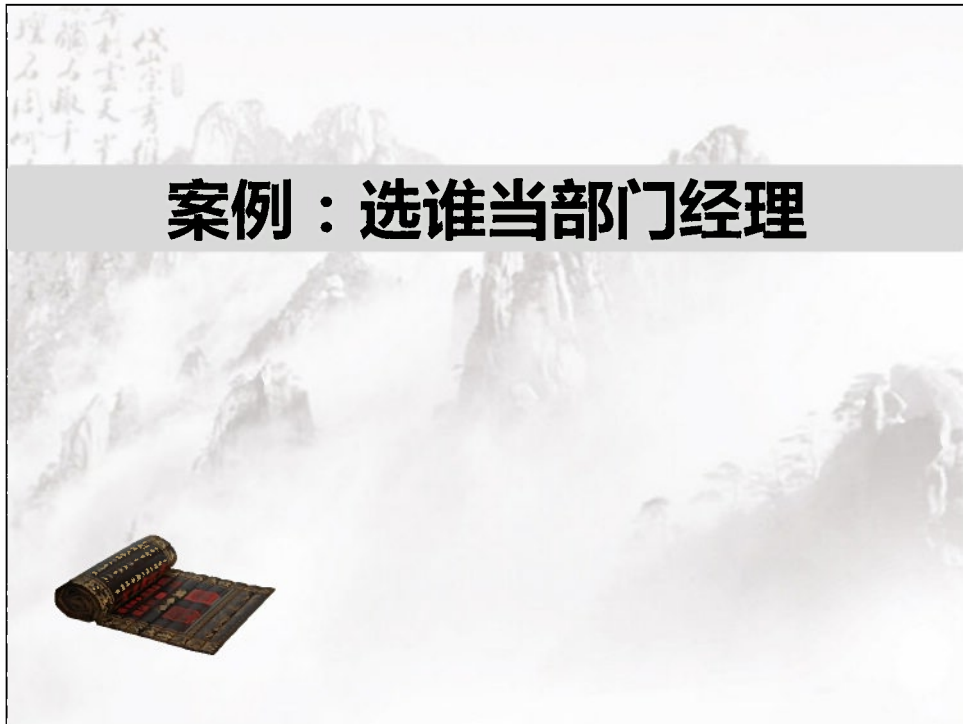
---

---

---

---





## 案例：选谁当部门经理

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 工具：PDP人力资源管理模型

**PDP : Professional Dyna-metric**

**Program , 行为特质动态衡量系统。**

**衡量人的行为特质、活力、动能、压力、  
精力、能量变动情况的系统。**

**人力资源管理中用于研究人岗匹配。**





---

---

---

---

---

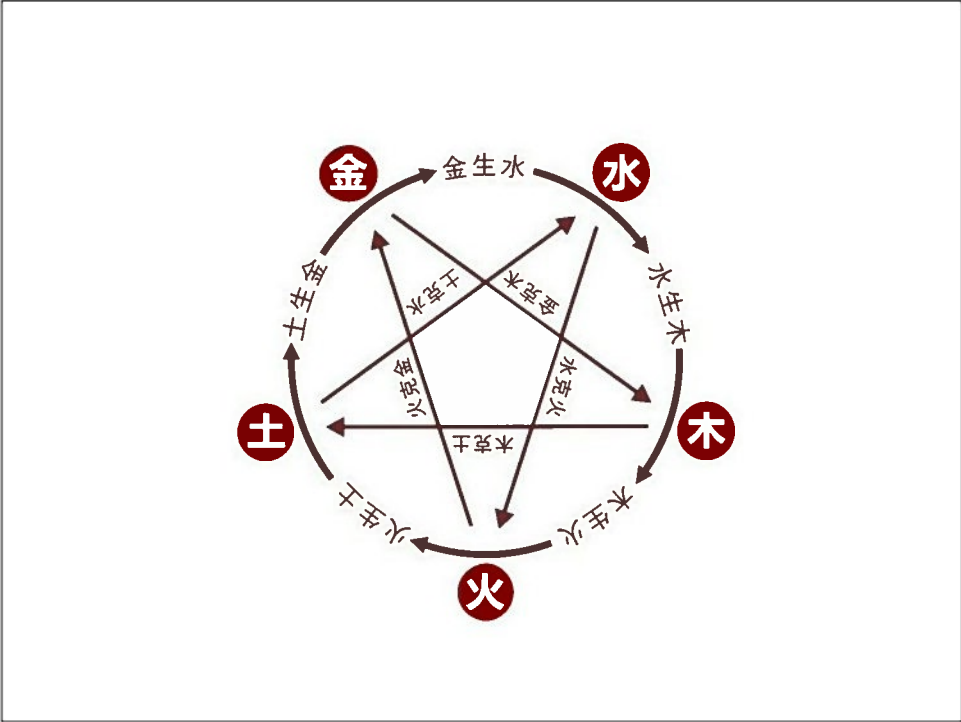
---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

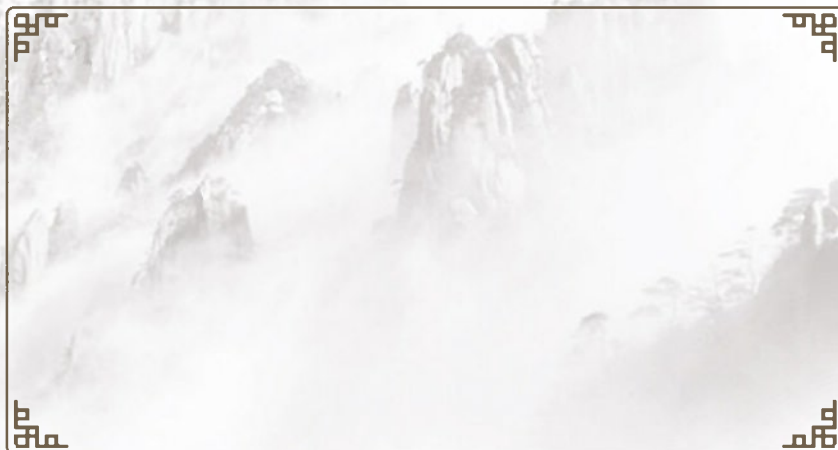
---

---

---



## 基于素质模型的优缺点分析



---

---

---

---

---

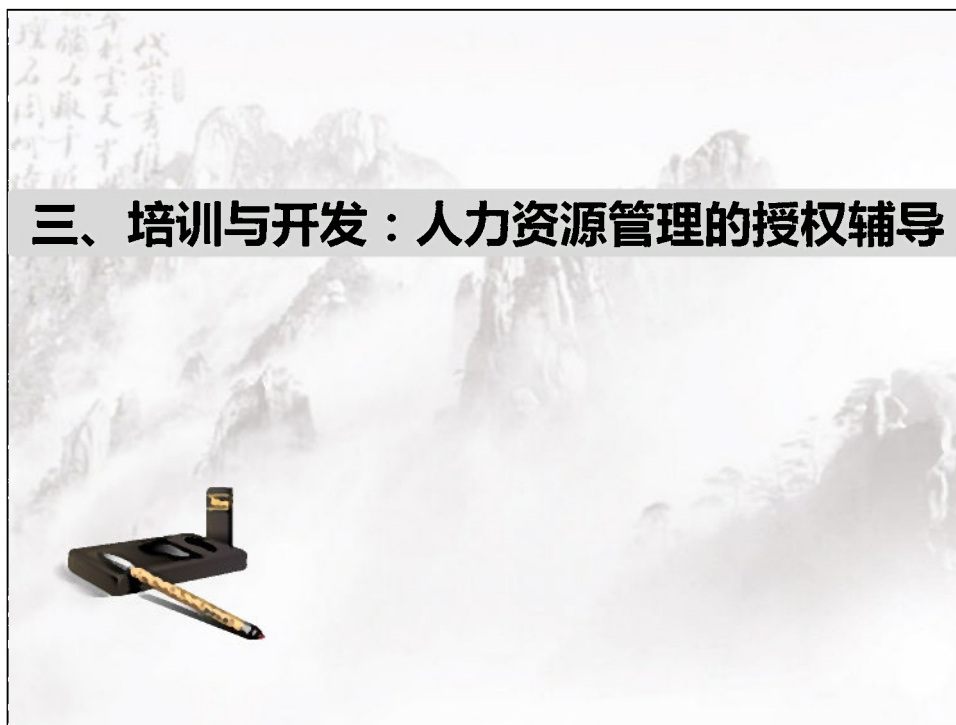
---

---

---

---

---



### 三、培训与开发：人力资源管理的授权辅导

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# 人力资源开发 上君尽人之智



蜀中无大将  
廖化作先锋



人之行能  
不能兼备  
弃其所短  
取其所长

---

---

---

---

---

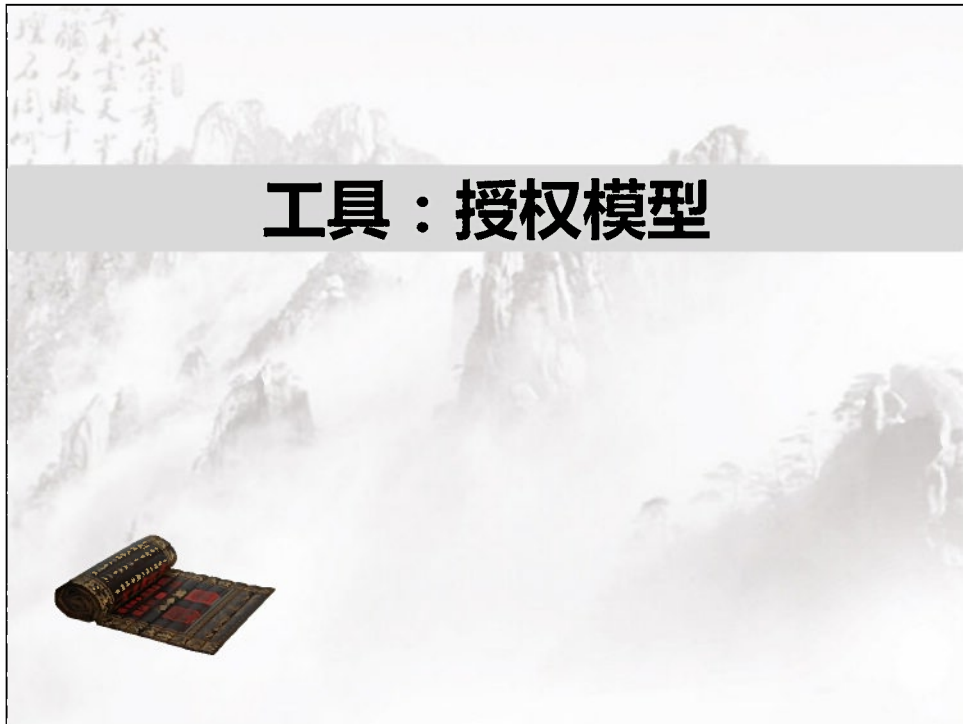
---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

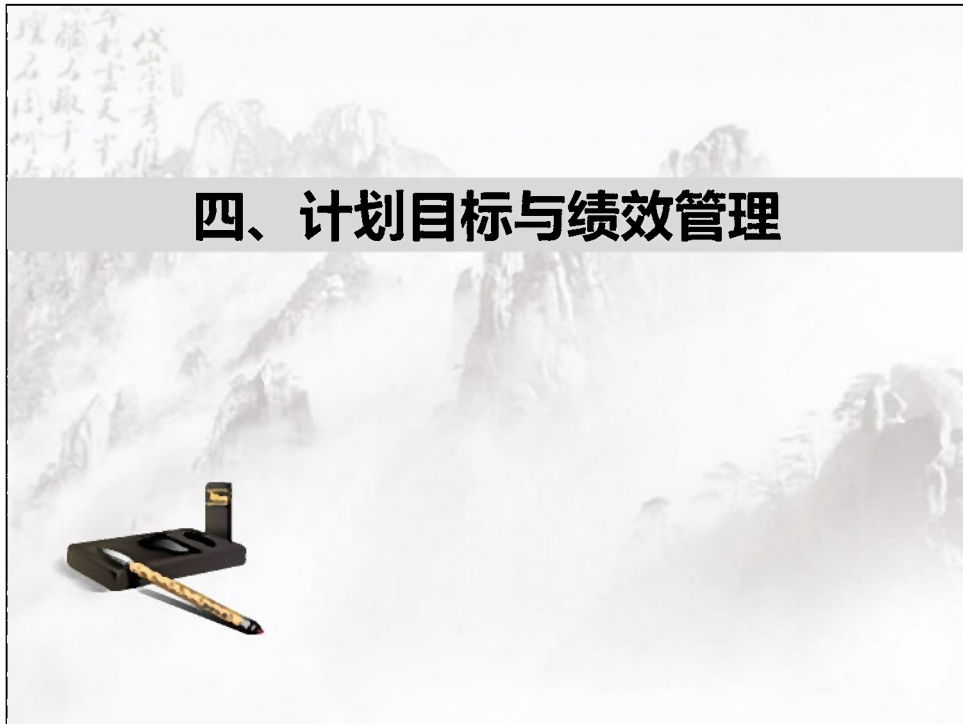
---

---

---

---

---



#### 四、计划目标与绩效管理

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

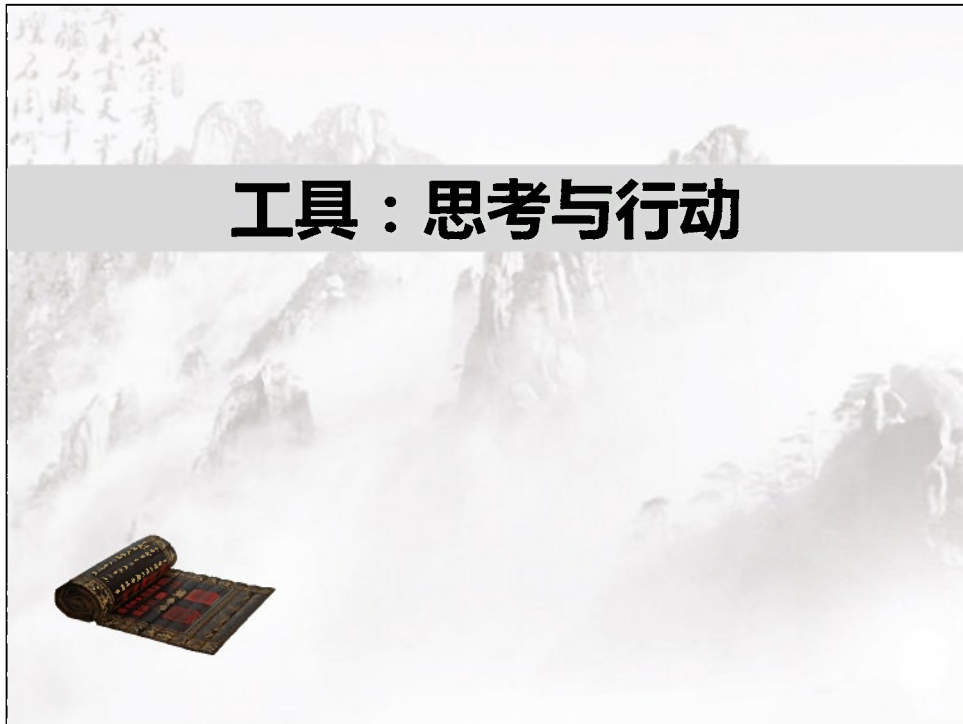
---

---

---

---





---

---

---

---

---

---

---

---

---

---


# 绩效管理的原则

一个核心：\_\_\_\_\_是核心

两个前提：建立\_\_\_\_\_体系，确定\_\_\_\_\_。

三大关键：\_\_\_\_\_是绩效管理第一责任人  
\_\_\_\_\_是绩效管理的主体  
\_\_\_\_\_要成为绩效管理的专家

四个步骤：\_\_\_\_\_。



**四个步骤：**\_\_\_\_\_。

[illegible]

## 工具：绩效评价方法

- **配对比较法**：根据每一种特征要素，把每一位员工与其他所有员工进行配对比较，然后汇总
- **交替排序法**：根据一种或多种特征要素来对员工进行从绩效最好到绩效最差的排序。
- **图评价尺度法**：列举特征要素，并为每一个特征要素列举绩效评价的取值范围，分析最能反映员工在这一项特征要素实际表现的分数，打分后加总



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 案例

公司下周参加某人才交流会，需要印制500册宣传手册，招聘经理却突发急病住院。在时间紧迫的情况下，新员工小张主动请战，连续加班三天，终于赶制完成。

拿到手册后，你发现小张把宣传册封面上的公司地址印错了，必须重印封面。重印封面要再花2000元钱，按公司的相关制度，对小张造成的损失，要罚个人1000元钱。

如果你是总经理，是否处罚？你会怎么做？

---

---

---

---

---

---

---

---

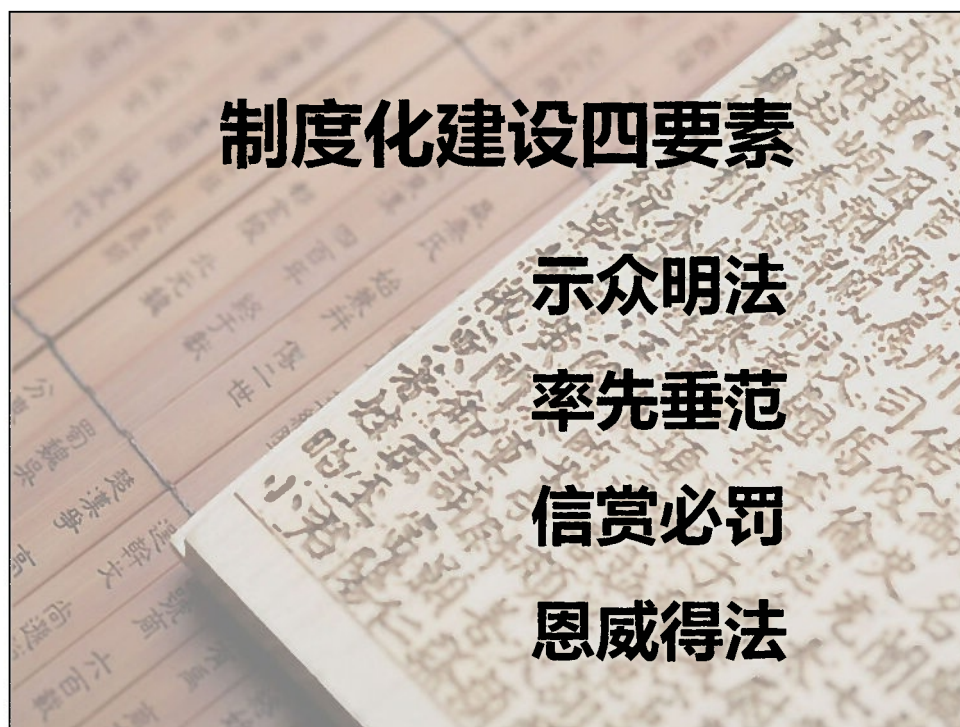
---

---

## 五、用人：人力管理的制度化建设与权变



国无常强，无常弱  
奉法者强，则国强  
奉法者弱，则国弱



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# 率先垂范



虽令而不从

其身不正

不令而自行

其身正



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





## 人力资源管理中的留人问题



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 如何恩威得法



---

---

---

---

---

---

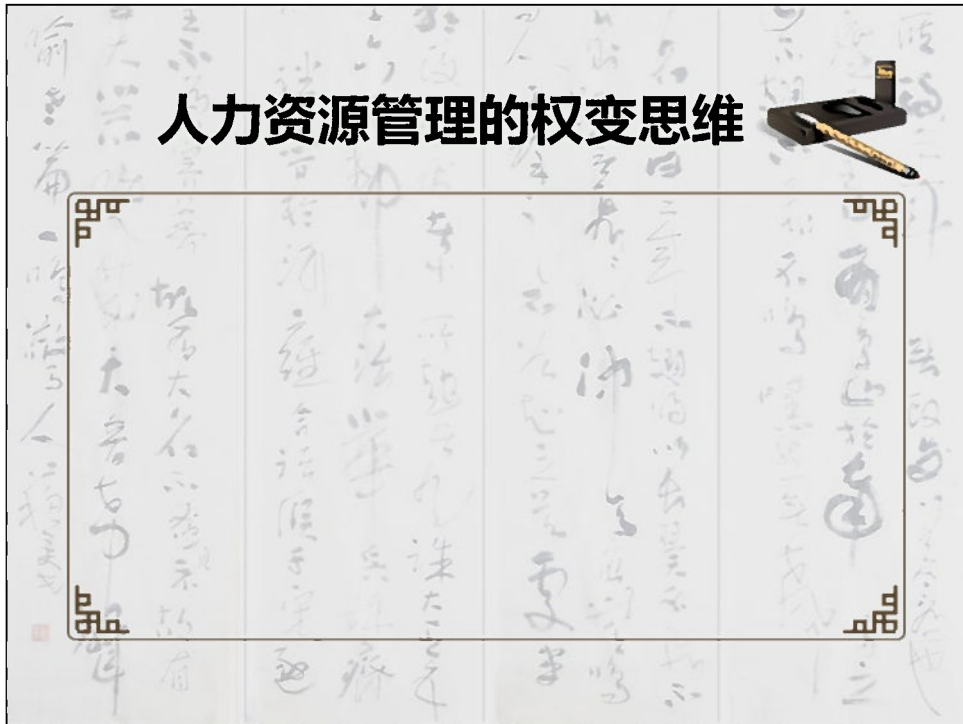
---

---

---

---

## 人力资源管理的权变思维



---

---

---

---

---

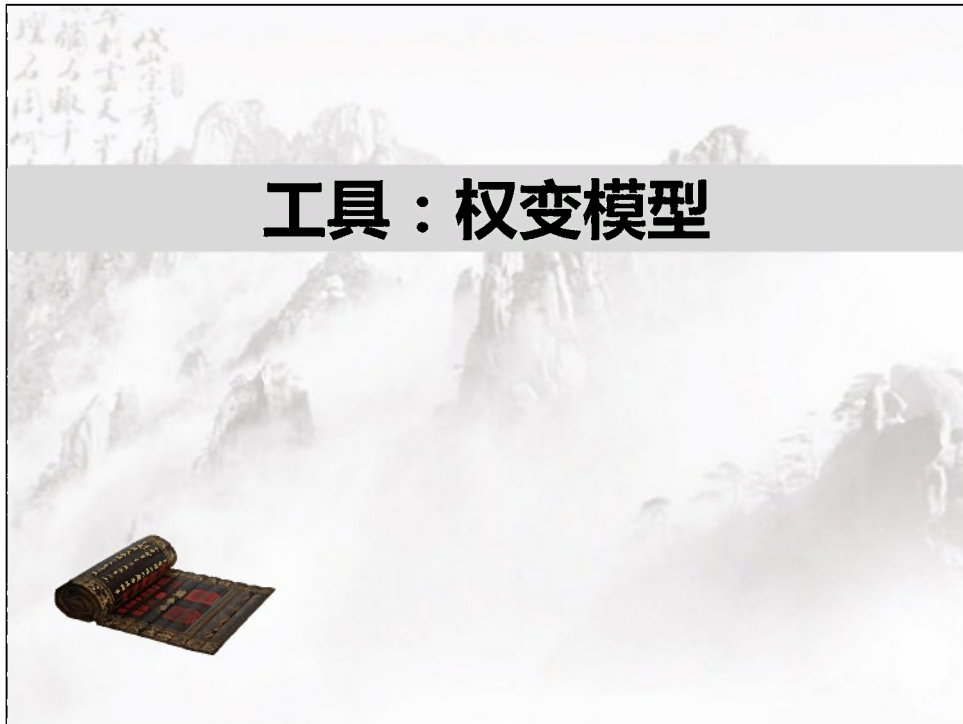
---

---

---

---

---



## 工具：权变模型

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 六、理解人性 建立人力资源激励机制



且夫物众而智寡  
寡不胜众  
智不足以便知物  
因物以治物

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## 维持因素与激励因素的思考

**维持因素：为了完成工作必需的**

**激励因素：为了做得更好需要的**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## 案例

- 你是公司负责人，年底绩效考评时，小李被评为良好，他非常生气地找你评理，因为小李看来，部门里另外一个员工小王干得比他差，至少是经常迟到，凭什么小王是优秀，而自己是良好，小李认为自己应该是优秀。
- 你将如何处理他的情况？



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 人力资源管理的差异性与统一性



### 讨论：如何分配这些奖励物资？

- 西汉长平侯卫青率军奇袭龙城后，七战七捷，收复河朔、河套地区，击败单于，取得了胜利。
- 卫青手下有四个兵种：
  - 1、步兵，负责搭建工事，攻城拔寨，伤亡最多。
  - 2、骑兵，负责破城后的冲锋陷阵，伤亡次多。骑兵都是能以一当十的精英，培养的成本也最高。
  - 3、弓箭兵，负责掩护，伤亡较少。
  - 4、后勤兵，负责伙食粮草等后勤工作，无伤亡。
- 作为奖励，汉武帝派人送来了白银万两、1000头牛、5000只羊和2000坛酒。卫青如何分配？

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## 【CEO 总裁班 · 精彩课程预告】

课程名称：企业转型与变革创新

课程时间：2019 年 6 月 15-16 日

授课老师：潘诚

上海财经大学 500 强研究中心特约研究员

清华、北大、中大、浙大、华科大总裁班常任特聘教授

中企联管理咨询委员会执行委员，国际注册管理咨询师（CMC）

企业客户：

中移动、中石油、中石化、中建集团、海航集团、东风日产、上汽、茅台、康佳、创维、美的、吉祥航空、报喜鸟、欧派集团、宝钢集团、国家电网、中国烟草等



课程名称：营销系统设计

课程时间：2019 年 6 月 22-23 日

授课老师：张伟奇

企业顶层设计专家

北京大学、清华大学、西安交大等众多 MBA\EMBA 班客座教授

企业客户：

新中源集团、浙江正泰集团、流行美、中国移动、深圳洲明科技、茂硕电源、红门机电、好帮手、法国亮维、北京康美斯美容管理公司、香港喜力德等。



# 战略与商业 模式创新

博研·总裁班93&95期联合开学

**佛山**  
6月29日

博研·CEO总裁班工商管理高级研修班  
EXECUTIVE MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

### 讲师简介

Brief introduction of lecturers

## 汪俊宏

世界级公司治理与商业模式创新专家  
清华、北大、交大等著名高校客座教授  
美国三管理集团(台湾)资深顾问  
哈佛咨询管理集团(台湾)资深顾问  
曾任联美证券亚太区投资负责人



# 营销管理实战特色—— 从战争中学习战争

## 一. 班级实战导师

除正课老师以外，另配备二十年以上营销行业经验导师针对性指导

## 二. 课程迭代升级

倾听学员的声音，追赶营销管理浪潮，课程不断迭代升级

## 三. 实战答辩

上市公司、行业龙头企业董事长作为专家评委点评

## 四. 名企研学

行业标杆企业深入参访，创始人/营销总裁精彩分享

## 五. 私享沙龙

商业模式、路演提升、演讲能力、互联网创新等主题沙龙补充学习



### 招生对象

创业型企业总经理及中高层管理人员；大型企业营销总经理、营销总监、市场总监、品牌总监等核心岗位人员；企业接班人和管理层后备人员；政府部门及事业单位有关领导和管理人员。

### 学习方式

在职学习一年，每月安排一个周末集中学习二天，共计22天课程、132课时。

### 学 费

32000元(含讲义资料及结业证书等费用，并授予由博研商学院颁发的“营销管理高级研修班结业证书”)



# 12门营销实战课程，30%创新营销

模块	课程	课程收获
开学典礼及团队建设	《八大营销管理问题解决之道》	·邀请营销行业大咖作为开班导师 ·整肃学风，养成良好的学习习惯 ·营销班整体规划与介绍
战略	《营销战略规划》	·营销战略规划沙盘实战模拟 ·营销总监战略思维 ·营销战略规划与营销体系的建立 ·营销队伍及销售渠道的建立与控制
顾问式销售	《深度营销策略与客户关系管理》	·消费者行为分析及营销策略 ·顾问式销售流程 ·如何找到客户的需求 ·如何根据客户需求销售产品
绩效	《营销团队的卓越绩效》	·卓越绩效的模型与流程 ·三层级目标与关键价值链 ·卓越绩效的干预措施 ·行动方案设计 ·绩效精进与优化复盘
产品与服务	《服务营销与业绩提升》	·消费心理与终端销售技巧 ·新零售与销售工具的运用 ·新产品开发与差异化优势 ·促销活动策划与终端执行 ·优质服务体系与持续成交
团队	《打造世界级的销售团队》	·巅峰销售团队 ·团队管理模式与组织原理 ·销售团队文化与灵魂 ·团队领导与团队决策 ·团队的沟通与激励
营销	《互联时代的市场营销》	·互联时代从价格营销到价值营销的战略背景 ·让现有客户的效益发挥到极致 ·找出市场“热点” ·利用竞争优势，巩固占领的市场和留住客户 ·移动互联网时代的营销创新
用人	《销售的人力资源管理》	·设计关键人才战略、战略性招聘及招聘规划 ·明确用人经理在招聘流程六步骤中的角色和职责 ·掌握关键人才画像、搜寻、吸引、识别的工具与方法
创新	《创新品牌营销》	·品牌营销的概念 ·品牌营销的方法 ·如何打造自己企业的品牌
互联网	《互联网与新媒体营销》	·互联网消费者行为分析及营销策略 ·新媒体营销渠道分析与应用 ·创新营销模式：概率销售、协同消费、社交媒体、团购 ·网上零售的营销战略
谈判	《成就销售九段-销售谈判与专业回款技巧》	·提升销售,建立长期共赢的伙伴关系 ·设计有效的销售谈判流程 ·增强专业收款知识,理顺收款流程 ·提高实际沟通与销售操作技巧
实战	《结业答辩与结业典礼》	·总结和复盘学习效果 ·进行结业论文答辩 ·行业内营销大咖点评 ·导师给出营销成长建议