



北京大学
PEKING UNIVERSITY



招生简章

北京大学首席营销官（CMO） 高级研修班

ENROLLMENT GUIDE

审批编号：北大培训20261014号

01 课程背景

COURSE BACKGROUND

在时代浪潮奔涌向前的当下，“大势所趋，唯变不变”成为市场不变的真理。元宇宙热度持续攀升，私域运营成为商业竞争的核心阵地，国货品牌强势崛起，跨界融合蔚然成风，与此同时，流量红利触顶，存量市场博弈加剧，营销的底层逻辑正经历深刻变革。若无法精准把握“人货场”的重构逻辑、缺乏数字化创新的敏锐洞察，企业必将在时代洪流中折戟沉沙。

首席营销官（CMO）课堂，为您重启增长引擎。在这里，您将深度洞见趋势，精准捕捉从单身经济到银发蓝海的市場脉搏，抢占未来商业风口；实现战略升维，从品牌精准定位到全域营销布局，全方位锻造核心竞争力；领悟营销之道，培育出一支兼具战略眼光、落地能力与创新思维的卓越营销铁军。

欢迎来到首席营销官课堂，未来之路艰且长，北大伴你共成长！

招生对象

COURSE BACKGROUND

企业董事长
总经理
营销总监
市场部负责人
品牌创始人
创业者

课程特色 COURSE FEATURES

1.体系致胜：从“点”到“面”的升维

基于百年学府体系，搭建完整营销认知金字塔。打破部门墙，重塑高管全局视野，让营销不再是企业内部的孤岛。

2.实战为王：从“知”到“行”的跨越

十余年线上线下实战沉淀 + 最新市场趋势解读。用真实操盘案例说话，提供落地实战的解决方案，让战略真正落地生根。

3.跨界融合：从“术”到“道”的蜕变

度融合5G/AI/大数据/心理学/社会学。用科技的精准度加上人性的温度，打造不可复制的企业核心营销竞争力。





02 课程收益

COURSE EARNINGS



带走一套“导航系统”

不再凭直觉打仗。系统掌握营销管理的方法论，建立专业化、科学化的营销决策模型，告别盲目试错。



拥有一张“作战地图”

清晰企业营销的全貌。从战略拆解到战术落地，掌握全套工具包，让团队执行有章可循，让老板考核有据可依。



练就一双“透视眼”

快速识别企业营销病灶。通过系统学习，能独立分析市场颓势、团队瓶颈或增长乏力等核心问题，并能提出有效的解决方案。



实现一次“大升级”

不仅是知识的更新，更是能力的质变。快速提升企业在行业内的营销段位，打造一支能打硬仗、打胜仗的营销铁军。

03 课程设置

CURRICULUM DESIGN

模块一：营销战略与顶层设计

系统营销与高维破局—1/2切割大营销

品牌抓两极，要么“第一”要么“唯一”
从价格到价值；从产品到品牌；从驱动到模式
生态圈的商业新模式—从简单买卖到交易裂变
切割大营销—获取大市场的强势策略

儒墨道法与现代营销

儒家“仁义礼信”→品牌价值观塑造、客户关系温度、长期信任资产
道家“道法自然/上善若水”→差异化定位（蓝海）、顺势而为的品类创新、“不争之争”的无竞争境界
法家“法、术、势”→营销制度与SOP、渠道管控、品牌势能与头部占位
墨家“兼爱/节用/工匠精神”→产品极致主义、口碑传播、下沉市场普惠策略

模块二：人工智能与营销创新

人工智能(AI)与产业发展

互联网演进到赛博空间，涌现出许多技术创新—AIGC与WEB3.0
如何向AI表达需求—“好提问”得到“好结果”
成熟应用拥抱AI的四个状态
未来产业创新发展概观

AI背景下数智化转型与营销创新

4D营销理论体：“需求（DEMAND）、数据（DATA）、传递（DELIVERY）、动态（DYNAMIC）”
AIGC→AIGD（AI生成营销决策）——从AI写文案/做图进阶到AI辅助甚至自动做投放决策、预算分配、客群预测
用户行为的无线化、多样化、个性化
AI破局：创新营销模式，解锁增长裂变新路径

模块三：品牌资产与财富传承

家族品牌资产的代际营销——从“财富传承”到“信任转存”

“数据化思维+场景化案例”拆解养老规划底层逻辑
守住财富，让爱有序传递
打通“创富-守富-传富”的财富管理链条
精准获客、深度信任与长效经营

情绪资产ROI：CMO的第二张利润表

治愈/解压/自我奖励导向的内容叙事
AI辅助情绪可视化
自我关怀身体扫描、静坐与慈心禅

模块四：销售实战与回款管理

大客户销售技巧与回款管理

【1+2+1】决策链渗透模型
“需求细分术”——区分“客户需要的”(NEED)，“客户想要的”(WANT)，聚焦核心价值主张
爱德华法则：我们都是在给银行打工吗？-货款拖延对利润的吞噬
收款中的POWER法则

新时代的共赢谈判

强势弱势均势的开场策略
“反悔”策略、“沉默”策略
友情催款五要素
高层领导支持，中基层拖延，如何推进

模块五：风险管控与长效经营

故事思维与品牌传播

品牌故事的挖掘与创作
品牌故事的传播策略
品牌传播的渠道与媒介
故事与理性思维的对比，以及在决策和沟通中的优势

互联网时代舆情管控与危机管理

公众情绪、媒体传播、社会价值观交织下的“民意风暴”
真诚态度（不甩锅、不推诿）>完美方案
爬虫技术抓取社交媒体（微博/抖音/小红书）关键词

模块六：营销战略与经营制胜

创新战略营销管理

“三大”客户角色与“五个”关系等级管理
一线销售代表的销售技巧、关键动作和成果验证
销售管理者应扮演的“六大”角色
销售管理理论、方法和工具的完美结合

基于营销战略的财务敏锐与全价值链沙盘实战

营销战略解码与财务目标对齐
全价值链成本意识与资源配置优化
市场博弈中的现金流管理与风险控制
跨部门协同与营销决策复盘

选修模块

团队建设：破冰共融，同心同行

户外拓展，个人在活动中积极参与，体验新奇而又挑战性的经历，发掘个人潜能，促进沟通，打造卓越团队

04 部分拟邀师资

SOME OF THE INVITED TEACHERS

陈 钟

北京大学教授、元宇宙技术研究所所长，中国网络空间安全协会人工智能安全治理专委会委员，中国开源软件推进联盟副主席

赵占波

北京大学教授、博士生导师，北京大学学位评定委员会工程专业学位分会委员，北京大数据研究院保险大数据研究中心主任

周建波

北京大学教授、博士生导师，北京大学经济学院经济史学系主任

朱南军

北京大学教授、博士生导师，北京大学中国保险与社会保障研究中心副秘书长、副主任

吕 帆

北京大学融媒体中心音视频办主任，舆情工作办公室主任

徐红红

北京大学副教授，中国心理学会医学心理专委会秘书长

路长全

切割营销理论创始人，著名品牌营销专家

程广见

销售全流程与信用回款实践研究第一人，知名销售专家+AI销售智能体推广者，《成交心法》作者

崔小屹

著名营销专家

张甲伟

著名企业管理专家，资深沙盘模拟培训专家，国内管理沙盘培训开创

艾学蛟

著名危机管理专家，中国危机管理切割理论与以危化危理论创始人

朱冠舟

TOB/TOG客户销售与体系设计专家，人力资源管理专家

(以上为部分拟聘师资，最终以实际上课安排为准)



教学安排 TEACHING ARRANGEMENT

面授教学，学制一年

每一个半月集中上课一次，
6次课程，共计12天，
总计96学时。

证书授予 CERTIFICATE AWARDING

参加全部课程学习者，颁发该研修班结业证书，证书统一编号，
北京大学网站可查。



课程费用 COURSE FEE

学费

29900
元/人

其中包括培训费，资料费，教学管理费，
结业证书费用等。不包含学习期间的交通、食宿费用。

学习地点 STUDY LOCATION

培训地点：北京大学燕园校区