

《项目营销规划与运营》课程教学大纲

课程名称：《项目营销规划与运营》

课程性质：内训/公开课

教学时数：学时：1-2 天

课程收益：项目营销的策划与运营考验一个营销组织的计划、组织、协调、管控能力，营销人员必须具有项目策划的专业水平，同时涉及到新项目的推广、营销政策的落地、业绩的增长等多方面。“吃不穷、穿不穷、计划不到处处穷；有计划不乱，有预算不穷”这些都说明计划和预算的重要性，但是在实际工作中，往往又是“计划没有变化快”，只有准确的预测及后续的专业实施才能保证项目营销的完成。通过课程学习让学员在较短的时间内掌握项目营销策划与运营的操作方法，提高营销创新的水平。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

来越重要的作用

第一章：项目指南概述和目的

1. 项目管理标准
2. 道德与专业行为规范
3. 基本要素
4. 项目管理的重要性
5. 指南的组成部分
6. 项目管理商业文件

第二章、项目运行环境

1. 项目概述
2. 事业环境因素
3. 组织过程资产 组织系统
4. 项目经理的角色
5. 项目经理的定义

6. 项目经理的影响力范围项目经理的能力

7. 执行整合

第三章、项目范围管理

1 规划范围管理

2 收集需求

3 定义范围

4 创建 WBS

5 确认范围

6 控制范围

第四章：项目营销的调研与规划

1、项目营销的分析

1) 客户群体分析

2) 竞争品牌分析

3) 目标市场定位

4) 消费群体定位

5) 竞品的产品策略

6) 竞品的价格策略

2、项目营销的策划

3、项目营销的组织

4、项目营销的计划

5、项目营销的预算

6、项目营销的实施

7、项目营销的管控

8、项目营销的总结

9、工具：SWOT 分析

10、工具：多因素分析法

11、工具：鱼刺骨分析法

第五章：项目营销的计划

1. 项目计划的重要性

2. 如何制定精准的项目计划

3. 制定计划中常见的误区
4. 项目营销的计划与变化
5. 制定计划的主要方法
6. 如何盘点自身资源
7. 销售预测的六大方法
8. 销量分解的五钟方法
9. 如何制定项目操作指导书
10. 工具：项目营销进度表
11. 工具：PD CA 管理循环
12. 工具：5 W 1 H

第六章：项目营销的预算与成本管理

1. 项目运作以预算为核心
2. 预算在项目体系中的地位
3. 项目预算应该参与的部门
4. 项目预算常用的科目
5. 四种项目费用预测的方法
6. 盈亏平衡点的计算
7. 盈亏平衡点的分析
8. 项目预算编制的方法
9. 项目预算使用的管理规定
10. 项目效益与进展
 - 1) 项目评估
 - 2) 机会评估
 - 3) 资源评估
 - 4) 得失评估
 - 5) 把握机会

第七章：项目营销的运营管理

1. 营销活动实现的管控方法
 - 1) 结果导向的管控
 - 2) 制度体系管控
 - 3) 信息管控
 - 4) 会议管控
2. 项目的异常管理
3. 复盘在管理中的运用
4. 复盘的四个作用
5. 客户开拓业绩增长的方法
6. 案例：工作周报/月报的分析
7. 工具：复盘的使用方法

第八章、项目进度管理

1. 规划进度管理
2. 定义活动
3. 排序活动顺序
4. 估算活动持续时间
5. 制定进度计划
6. 控制进度

第十章、项目质量管理

1. 规划质量管理
2. 管理质量
3. 控制质量

第九章、项目风险管理

1. 风险管理规划
2. 识别风险
3. 实施定性风险分析
4. 实施定量风险分析
5. 规划风险应对
6. 实施风险应对
7. 监督风险