

# 国际工程市场营销与战术落地管理

## 1. 课程目标：

课程结束后，学员将能够：

- ✓ 学习市场营销发展历史与现实碰撞
- ✓ 掌握市场营销发展的基本思路
- ✓ 了解未来市场营销的基本趋势
- ✓ 分析市场营销管理过程中的种种问题和风险
- ✓ 判断和认识市场营销管理的核心内涵
- ✓ 应用市场营销管理过程中基本组织架构与系统支持
- ✓ 掌握市场营销管理的基本步骤和方法论
- ✓ 实践市场营销管理的流程分解与实例
- ✓ 学习和认识市场营销管理的时代特点
- ✓ 应用互联网+时代的市场营销操作介绍
- ✓ 掌握大数据时代的市场营销特点
- ✓ 了解互联网影响的市场开发与分析
- ✓ 应用新技术与市场开发流程的基本结合
- ✓ 掌握一般市场开拓与营销的基本关系
- ✓ 2B 营销情况分析与介绍
- ✓ 2C 营销情况分析与对比
- ✓ 掌握常规市场营销模式的突破与改变
- ✓ 了解新技术对于市场营销模式的最新影响

## 2. 教学方法

传统授课式教学方法占用 1/3 时间，案例分析与讨论占用 1/3 时间，学员沟通与互动占用 1/3 时间。

## 3. 学员组成

有一线销售经验的工作人员，至少有一年类似相关工作经验。

至少对此类工作感兴趣的人员。

#### 4. 课堂安排

采用传统分组方法，每小组成员 5-8 名，采用传统梅花式课桌摆放。

#### 5. 教学时间

基本教学时间安排一天左右，如果有其他供公司特殊需求，可以将课程拓展至 2 天。

每天 6 小时教学时间。

#### 6. 课程大纲：

##### 第一章：市场营销的现实分析

- 当今市场营销的主要特点
- 行业中的主要经营情况分析
- 市场营销现实困难与分析
- 风险分析及主要处理手段

##### 第二章：市场营销的发展历程与特点

- 直销营销
  - 初步要求
  - 中级要求
  - 高级要求
  - 基本历史
- 数据库营销
  - 意义与设定
  - 案例分析与介绍
- 大数据营销
  - 阶段性分析
  - 特点与操作分析

##### 第三章：市场营销的基本方法

- 传统方法与操作
- 情况分析
- 基本流程与内容
- 工作计划实施

##### 第四章：战略管理下的市场营销

- 市场营销的战略管理
- 市场资源分配与使用
- 市场营销战略管理的诞生流程
- 战略管理的基本费用分析

#### **第五章：战略管理的一般性操作与分解**

- 市场营销的战略落地过程
- 市场营销的战略调整与修改
- 完成市场营销任务的公司组织架构

#### **第六章：市场营销中广告策划与推广**

- 广告宣传与策划内容介绍
- 广告推广的操作流程
- 多种营销方式的选择与组合

#### **第七章：市场营销的组合管理**

- 市场营销的分类细节
- 组合式管理的包含内容
- 基本操作流程

#### **第八章：互联网时代对市场营销的影响**

- 互联网时代的营销方式创新
- 互联网时代营销的创新与传统方式比较
- 互联网时代营销的基本操作特点

#### **第九章：大数据时代新技术应用对市场影响的分析与介绍**

- 大数据时代的一般操作技术
- 操作技术与市场营销的必然关系

#### **第十章：结束**

- 课程总结
- 学员答疑
- 结束