

## 课程大纲

### 智能零售与 B2B 增长管理研究生文凭

### Postgraduate Diploma in Growth Management for Smart Retail and B2B

(完成「校内工作坊」，十门必修课及「智能零售与 B2B 增长管理专案」，并通过评核者，可获得颁发「智能零售与 B2B 增长管理研究生文凭」。)

1	<p><b>校内工作坊</b> Residential Workshop</p>
2	<p><b>人工智能内容生成与营销应用</b> AIGC and Marketing Applications</p> <p>本课程教授学员进行深入学习前沿 AIGC 所需要具备的知识、科技和应用技巧，建立专注提升人工智能营销赋能的策略。</p> <p>主要内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 快速改变的数字化时代商业环境</li> <li>• 数符化时代的人工智能和营销环境</li> <li>• AI 创意产业、市场推广及品牌建立</li> <li>• AI 智能商业模型的生成</li> </ul>
3	<p><b>实时变现：直播与视频营销</b> Real-time Demand Monetisation – Live Streaming and Video Marketing</p> <p>本课程教授学员进行深入学习前沿实时变现所需要具备的知识、科技和应用技巧，建立专注提升实时变现、直播和视频营销赋能的策略。</p> <p>主要内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 企业存量渠道与增量渠道的布局</li> <li>• 电商与电子商务生态</li> <li>• 数字化营销平台</li> <li>• 直播、抖音、短视频的下半场</li> </ul>

4	<p><b>全域营销与出海战略</b> <b>Uni-marketing and Overseas Growth Strategies</b></p> <p>本课程教授学员进行深入学习前沿增长营销所需要具备的知识、科技和应用技巧，建立专注提升商业机会的策略。</p> <p>主要内容：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 全域营销与传统营销</li><li>• 重视创造价值与业务增长的文化</li><li>• 全域营销执行及企业配合</li><li>• 品牌出海战略</li></ul>
5	<p><b>敏捷供应链与数字化管理</b> <b>Agile and Digital Supply Chain Management</b></p> <p>本课程教授学员进行深入学习前沿经营所需要具备的敏捷供应链管理知识和应用，以最大程度保证数字化供应链的顺畅执行，以支持企业目标的供应链战略和体系，打造竞争优势。</p> <p>主要内容：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 供应链的管理与战略</li><li>• 供应链与客户/购物者关系管理</li><li>• 供应链与供货商关系管理</li><li>• 供应链存货及运营管理</li><li>• 供应链人才管理</li></ul>

6	<p><b>品类管理与数字化商品销售</b> <b>Category Management and Digital Merchandising</b></p> <p>本课程教授学员探索品类管理与数字化商品销售知识，提升运营效率和销路成绩。</p> <p>主要内容：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 了解客户及订定品类与商品销售分布</li><li>• 数字化品类与商品销售管理计划</li><li>• 数字化品类与商品管理的执行</li><li>• 整合资源</li></ul>
7	<p><b>社群营销与品牌传播</b> <b>Social Marketing and Brand Communication</b></p> <p>本课程教授学员讨论前沿零售经营所需要具备的社群营销与品牌传播知识, 将相关信息有效地传递给目标受众。</p> <p>主要内容：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 零售品牌数字化社群营销战略</li><li>• 社群营销传播目标和核心信息</li><li>• 社群营销传播手段和财务预算</li><li>• 社群营销媒体策划</li><li>• 社群营销传播效能评估</li></ul>
8	<p><b>新产品开发与增长营销</b> <b>Innovative Product Development and Growth Marketing</b></p> <p>本课程根据 B2B 客户需求和技术的发展，教授学员研发满足客户需求的创新产品，并制定有效的新产品营销计划和执行。</p> <p>主要内容：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 创新产品：概念与过程</li><li>• 从了解客户的需求构建创新产品的策略</li><li>• 创新产品的品牌定位与传播</li><li>• 创新产品开售的营销战略管理</li></ul>

<p>9</p>	<p><b>市场领导力与商业谈判</b> <b>Market Leadership and Business Negotiation</b></p> <p>本课程教授学员如何运用影响力和谈判技巧，与内部同事和外部合作伙伴进行有效沟通，达成企业和营销目标。</p> <p>主要内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 销售团队管理与领导力</li> <li>• 业内市场领导力</li> <li>• 企业谈判进程</li> <li>• 企业谈判策略</li> </ul>
<p>10</p>	<p><b>关键客户增长与关系营销</b> <b>Key Account Growth Management and Relationship Marketing</b></p> <p>本课程教授学员如何分析客户的特性，根据客户所处的不同生命周期，制定对应的营销计划并进行有效执行。</p> <p>主要内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 关键客户销售的特性</li> <li>• 制定关键客户的增长计划</li> <li>• 客户价值增长与生命周期的管理</li> <li>• 客户关系管理的制度与执行</li> </ul>
<p>11</p>	<p><b>全渠道增长与体验管理</b> <b>Omni-channel Business Growth and Experience Management</b></p> <p>本课程因应不同渠道的特点，教授学员制定多方位的渠道管理战略和体系，全面向 B2B 客户提供优秀的整体客户体验。</p> <p>主要内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 全渠道增长战略的制订</li> <li>• 全渠道增长的方式与选择</li> <li>• 全渠道增长的设计与管理</li> <li>• 全渠道增长冲突与控制</li> <li>• 全渠道体验策略</li> </ul>



12	<p><b>智能零售与 B2B 增长管理专案 Final Project</b></p> <p>本专案旨在整合各单元的决策概念及实践方法，通过就选定议题进行研究并撰写全域业务增长报告及计划书，以实际行动提升学员对智慧零售与 B2B 增长管理的理解和应用。</p> <p>学员需要融会贯通在课程不同单元上学习到的知识，针对企业的需要和现状作出深入的分析，了解企业的战略其所面对的竞争与机遇，从而提出能与业务接轨的 B2B 市场战略的建议。推动组织内应有的改变和有实效地管理 B2B 市场战略及改善企业的整体表现。</p>
----	---

注：因应课程发展需要，学院保留调整课程内容的权利。