

附件 1

# 品牌强国协同育人计划

亚洲营销联盟  
中国国际贸易促进委员会商业行业委员会  
中国商业技师协会市场营销专业委员会秘书处  
全国现代服务业职业教育集团

2023 年 3 月

## 一、关于我们

中国国际贸易促进委员会商业行业委员会（以下简称“中国贸促会商业行业委员会”）成立于1988年，是中国贸促会批准设立的全国性行业贸促机构，同时使用中国国际商会商业行业商会的名称。中国贸促会商业行业委员会、中国国际商会商业行业商会和商业国际交流合作培训中心合署办公，实行一套人马，三块牌子。

中国贸促会商业行业委员会长期致力于促进对外贸易、双向投资和经济技术合作，培育了信息咨询、会议展览、国际联络、商事法律、质量品牌建设、人才培训和标准化等服务品牌，是促进商业行业境内外经贸交流合作的重要桥梁和平台。目前，中国贸促会商业行业委员会拥有直接企业会员3000余家，海外代表处10家，代表中国加入国际组织8个，同时与国内超过1800所高等院校保持紧密联系。

## 二、建设背景

### （一）品牌强国战略

品牌是一个国家经济、政治、军事、文化、科技、教育等综合竞争力的体现，党的二十大以来，党中央、国务院高度重视品牌发展工作，多次强调加强品牌建设、培育国际知名的中国自主品牌，从创新、质量、消费、供给侧改革等多个层面推动中国全面进入品牌创新时代，并提出到2035年中国品牌综合实力进入品牌强国前列。

2023年2月6日，中共中央、国务院发布的《质量强国建设纲要》中明确提出要实施中国品牌建设工程，“引导高等学校、科研院所、行业协会等加强品牌发展与传播理论研究，支持高等学校开设品牌相关课程，加大品牌专业人才培养力度，支撑品牌创建、运营及管理。”当前，品牌建设已经上升到国家战略高度，关乎经济发展质量和效益，关乎我国综合国力的提升。

## (二) 品牌人才供需失衡

根据党中央国务院要求，到2035年我国要“形成一批质量卓越、优势明显、拥有自主知识产权的企业品牌、产业品牌、区域品牌”。未来十年，将是品牌迅速发展的时代，大量的中国企业将走上品牌化发展之路，需要一批专业的品牌人才。但目前，我国的品牌人才供需严重失衡。品牌是一个跨专业、跨学科的领域，对从业者的综合素质和专业素养要求很高。品牌从业者需要认识并掌握品牌发展规律，具备市场营销、传播学、艺术设计、公关、企业管理等方面的专业知识以及使用数字化工具开展工作的能力。因此，品牌从业人员需要进行专门培养，然而目前，我国尚未有高校开设专门的品牌学科和品牌专业。

## (三) 品牌新专业和品牌新课程设立

2022年，在中国贸促会商业行业委员会的推动下，“品牌策划与推广”“品牌策划与管理”分别纳入高职专科和高职本科市场营销专业核心课，“品牌策划与运营”（专业代码：330603）专业纳入高职本科新专业，现已进入申报阶段。但是由于师资、教学资源、实训资源以及职业资格认证等方面的不足，品牌新专业、新课程在高校的开设存在一定困难。

### 三、建设依据

1. 《质量强国建设纲要》
2. 《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》
3. 《关于推进贸易高质量发展的指导意见》
4. 《关于新时代推进品牌建设的指导意见》
5. 《国家创新驱动发展战略纲要》
6. 《关于新时代推进品牌建设的指导意见》
7. 《国务院关于同意设立“中国品牌日”的批复》
8. 《关于做好2022年工业质量品牌建设工作的通知》
9. 《关于征求对〈高等职业学校专业目录（修订一稿）〉意见的通知》
10. 《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》
11. 《关于加快发展现代职业教育的决定》
12. 《关于深化产教融合的若干意见》

13. 《关于深化人才发展体制机制改革的意见》
14. 《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》
15. 《试点建设培育国家产教融合型企业工作方案》
16. 《关于实施职业院校教师素质提高计划（2021-2025 年）的通知

#### **四、建设目标**

中国贸促会商业行业委员会启动品牌强国协同育人计划，致力于辅助职教本科院校开设品牌策划与运营专业（专业代码 330603），推动“品牌策划与运营”课程走入职业院校与普通高校；通过全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛“以赛促学，以赛促练”，并联通国际比赛扩宽师生国际视野；提供职业技能认证和荣誉奖项；以贸促英才品牌策划与运营实训实践平台为依托，保障高校品牌相关人才培养，将高校建设成品牌强国协同育人示范基地。

#### **五、建设内容**

##### **（一）职教本科开设新专业申报工作辅助**

新专业的开设要结合学院乃至整个学校和区域专业布局，稳步提升并不断完善人才培养质量，要根据《本科层次职业教育专业设置管理办法（试行）》《高等职业教育本科专业简介（2022 年修订）》相关要求，突出职教本科特色，对标对表，加强专业建设，进一步完善申报材料。

要进一步聚焦人才培养方向，把握好专业定位，突出职业本科的技术运用特色，以符合国家及区域经济社会发展和产业结构升级的需要。

在职教本科学校申请开设品牌策划与运营（专业代码：330603）的过程中，商业贸促会将会深入企业行业调研，广泛论证，对新增专业设置的必要性、可行性，尤其是人才需求、生源状况和毕业生就业形势进行认真调研和充分论证，广泛听取行业企业专家意见，准备有关申报材料；提供可行性分析、人才需求论证报告以及专业人才培养方案等协助工作。

## （二）品牌策划与运营等相关课程开设

品牌策划与运营（专业代码：330603）基本修业年限为四年，专业面向的岗位（群）为品牌策划专员、品牌策划主管、品牌策划经理、品牌策划总监等岗位（群），主要是为培养精通品牌策划与运营的相关理论和运作模式，能够独立开展品牌调研与分析、品牌战略管理、品牌定位与设计、品牌传播推广、品牌销售渠道管理、品牌维护以及品牌方案策划等工作，并且对人文社会科学有广泛的涉猎，具有良好的沟通能力、应变能力、协调能力、创新能力和创业精神的高素质技能型人才。由于品牌相关工作对人才知识、素质和专业能力方面的特殊要求，所以专业课程开设的师资、基础设施和培训平台也需达到一定水平。

中国贸促会商业行业委员会可以在对市场人才需求分析和学校专业内涵分析的基础之上，提出课程设置体系建议和设置条件建议，并且提供高质量教材，提前布局专业课程开设所需资源。

### （三）专业竞赛

全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛自 2013 年首次举办至今已经成功举办 10 年，该竞赛已被纳入中国高等教育学会高校竞赛评估与管理体系统研究工作组发布的《2021 全国普通高校大学生竞赛排行榜》。

全国商科教育科研课题及全国商科教育实践教学大赛是纳入 2022 版全国普通高校教师教学发展指数的高校教师教学竞赛。

中国贸促会商业行业委员会作为上述赛事牵头主办单位之一，可为广大教师和学生提供相关赛事报名协助工作及辅导培训。

### （四）专业能力证书

#### 1. 国际和国内双证书

由中国国际贸易促进委员会商业行业委员会、中国国际商会商业行业商会共同用印的《品牌策划师专业证书》及国际组织全球华人营销联盟颁发的《品牌管理专业证书》。《品牌策划师专业证书》和《品牌管理专业证书》在全国范围内有效，表明持证人具备从事相关行业活动的

专业知识和能力，是用人单位录用、晋升和评定职称的参考依据，有效性可向中国国际贸易促进委员会商业行业委员会或在其官网（[www.ccpitcsc.org](http://www.ccpitcsc.org)）查询。其中，《品牌策划师专业证书》为单证，《品牌策划师专业证书》+《品牌管理专业证书》为双证。

## 2. 国际证书

亚洲注册营销师（Certified Professional Marketer Asia, 简称 CPM Asia）是对市场营销专业人士的专业资质的正式认证，这些专业人士对亚洲地区的市场营销已具备相当程度的学术和实践理解，该专业认证由亚洲营销联盟（AMF）授予，并得到亚洲各国与地区的广泛认可。被誉为现代营销学之父的菲利普科特勒教授担任该联盟的名誉院士。

中国贸促会商业行业委员会可为各院校的师生提供以上证书的考试准备工作以及培训指导，提供国内和国际相关品牌能力的职业资格认证。

### （五）教学资源库

品牌策划与运营专业教学资源库是由中国贸促会商业行业委员会、北京大学光华管理学院市场营销系江明华教授领衔，覆盖高校、协会、企业的“三导师制”教研队伍联合开发的综合性学习平台。包含精品课程、精品案例、权威榜单、政策文件、行业大师课以及中华老字号品牌介



绍等超过 1000 项学习资源，可供教师教学及学生学习使用。

#### （六）实训实践平台

贸促英才品牌策划与运营实训实践平台是一个是集教学、实训、赛事、评价、科研为一体的综合平台，涵盖课程教学、实训任务、教学资源库、技能大赛、考核评价、创新创业 6 大模块。平台以技能实训为核心，自带实训任务数十个，引入数字化工具开展虚拟仿真教学；平台提供全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛大量竞赛资料、设置竞赛报名及作品提交端口；平台开展品牌策划与运营职业技能等级认证、颁发《品牌策划师》证书；平台设有创新创业模块，为学生提供内推式的实训、实习和就业机会。