

ISC 号
中国标准文献分类号

团体标准

T/CWEA002-2025

品牌策划师职业能力水平评价标准

(征求意见稿)

2025-02-28 发布

2025-03-15 实施

中国智慧工程研究会 发布
中国标准出版社 出版

目 次

前言

1 范围

2 规范性引用文件

3 术语和定义

4 评价原则

5 评价指标

6 职业能力等级及要求

7 评价方式

8 评价组织

9 评价程序

10 评价管理

附录 A（规范性附录）初级品牌策划师职业能力水平评价细则

附录 B（规范性附录）中级品牌策划师职业能力水平评价细则

附录 C（规范性附录）高级品牌策划师职业能力水平评价细则

附录 D（规范性附录）品牌策划师职业能力水平评价申请表

前 言

为了加强品牌策划师人才的培养，规范品牌策划职业行为，提高品牌策划专业能力、职业素养和服务水平，满足市场对高素质品牌策划师人才的需求，促进品牌策划行业规范管理，助推新时期品牌建设高质量发展，特制定本标准。

本团体标准参考《国家职业标准编制技术规程(2023年版)》的相关规定要求，反映当前该职业活动的整体状况和水平，不仅突出该职业的主流技术、主要技能要求，而且兼顾不同地域或行业间可能存在的差异，同时考虑其未来发展趋势。

在编制《品牌策划师职业能力水平评价标准》团体标准中我们严格按照团体标准中我们严格按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》、GB/T 20001《标准编写规则》、GB/T 20000《标准化工作指南》、GB/T 20004.1《团体标准化 第1部分：良好行为指南》、GB/Z 43194-2023《团体标准涉及专利处置指南》、《团体标准管理规定》（国标委联〔2019〕1号）、《关于促进团体标准规范化优质发展的意见》（国标委联〔2022〕6号）以及中共中央办公厅、国务院办公厅《关于分类推进人才评价机制改革的指导意见》等编写规则和相关规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利，本文件的发布机构不承担识别该专利的责任。

本标准由中国智慧工程研究会策划专业委员会、青春创业（北京）管理咨询有限公司提出，由中国智慧工程研究会归口。

本标准起草单位：中国智慧工程委员会策划专业委员会、青春创业(北京)管理咨询有限公司、四川健鹰营销策划有限公司、北京七首品牌管理咨询公司、远东控股集团、云南师范大学管理学院、燕山大学经济管理学院、成都锦城学院、北京创意江山旅游规划院有限公司、沈阳飞翔建设集团有限公司、广东领睿设计集团有限公司、北京天策行品牌顾问有限公司、浙江永续农业品牌研究院、品牌联盟股份有限公司、北京月巴月巴科技有限公司、天津传媒学院、成渝文旅产业发展联盟、策划人才网、北京

奇璐营销集团有限公司、河北传媒学院、承德避暑山庄管理中心、新疆冰雪果业有限公司、嘉峪关海纳百川文化传媒有限公司、成都宽思堂城市规划设计有限公司、海宁燕儿有约影视有限公司、新疆爵风商贸有限公司、萍乡市品牌企业促进会、商圣范鑫财商经济技术信息研究（湖北）院、河北西脉装饰工程有限公司、河北汇蕈温室工程有限公司……………等单位参与起草的团体标准。

本标准起草人：王双全、丁举昌，参编人有杨健鹰、陈放、谭子杰、李持坤、高京君、李宝录、左仁淑、胡晓云、郭晓珩、王永、宫家麟、周伟、孙久杰、徐双喜、刘兴贵、郑学勤、谢付亮、生奇志、杜忠、闫国玉、胡毅松、林燕萍、成洁、赵连钧、华强、谭伶艳、李鸿斌、赵连钧、张鸿志、林友清、张孟军、闫星宇、蔡继鹏、李娜。

声明：本标准由中国智慧工程研究会授权中国智慧工程研究会策划专业委员会牵头起草，知识产权归属于发起单位，未经中国智慧工程研究会策划专业委员会授权同意，不得印刷、销售。

品牌策划师职业能力水平评价标准

1 范围

本标准规定了品牌策划师的基本条件、不同等级品牌策划师的能力要求及评价方法。

本标准适用于品牌策划师职业培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

品牌评价方法和指标体系依据

GB/T 29187-2012 品牌评价品牌价值评价要求

GB/T 29185-2021 品牌术语

GB/T 36680-2018 品牌分类

GB/T 39906-2021 品牌管理要求

GB/T 39654-2020 品牌评价 原则与基础

GB/T 29186.1-2021 品牌价值要素评价 第1部分：通则

GB/T 29186.2-2021 品牌价值要素评价 第2部分：有形要素

GB/T 29186.3-2021 品牌价值要素评价 第3部分：质量要素

GB/T 29186.4-2021 品牌价值要素评价 第4部分：创新要素

GB/T 29186.5-2021 品牌价值要素评价 第5部分：服务要素

GB/T 29186.6-2021 品牌价值要素评价 第6部分：无形要素

GB/T 29187-2012/ISO 10668:2010 《品牌评价 品牌价值评价要求》

GB/T 39654-2020/ISO 20671:2019 《品牌评价 原则与基础》

GB/T 29188-2012 《品牌评价多周期超额收益法》以及其他品牌评价相关标准。

GB/T 42493-2023 管理咨询服务指南

GB/T 32624-2016 人力资源培训服务规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 品牌

品牌是一种社会群体对特定事物或产品的识别认知，是建立在受众群体认知与认可基础之上的集体意识体现，具有经济价值或作用力的无形资产。

3.2 品牌营销

销售者通过和其他竞争者的产品或劳务相区分的名称、术语、象征、记号或者设计及其组合，向购买者长期提供的一组特定的特点、利益和服

务，在消费者心智中形成关于其载体的印象，给拥有者带来溢价、产生增值。

3.3 品牌策划师

是指具备良好的政治素质和职业品德，参加过系统的品牌策划培训学习，通过考试、考核和评审合格，取得第三方机构颁发的相应等级品牌策划师证书，并且能够根据资源、客源市场及委托方要求，运用掌握的品牌策划基本知识、方法、手段，对策划对象的开发利用、营销推广及运营管理进行创意构思和策略设计，提供解决方案和执行指导服务的专业技术人员。

3.4 数字化策划能力

主要基于大数据、人工智能、云计算、物联网等现代信息技术，通过数字工具和平台的应用，以精准分析、科学决策和高效执行为核心，提升策划效率和效果。

4 评价原则

4.1 自愿性原则：从事品牌策划调查研究、文案撰写、执行指导及相关工作的人员，自愿申请参加本评价。

4.2 层次性原则：按照初级、中级、高级品牌策划师三个等级，执行不同的评价要求、标准及指标。

4.3 系统性原则：从基本素养、知识结构、实战能力、工作业绩四个方面，全面评价品牌策划师职业能力水平。

4.4 定量化原则：根据不同层次的评价指标，结合申请人提供的相关资料、笔试和面试情况，进行综合打分。

5 评价指标

品牌策划师职业能力水平主要从职业素养、知识结构、实战能力、工作业绩四个方面进行评价。

5.1 职业素养

5.1.1 道德素养

品牌策划师应坚持四项基本原则，理解新时代中国特色社会主义思想，践行社会主义核心价值观，拥有使命感、责任感和紧迫感，坚持客户至上、团结同业、以诚待人、守诺保密、忠于职守、敢于负责。

5.1.2 文化素养

品牌策划师应具有人文精神、社会意识和文化追求，树立终身学习意识，坚持文化自信、文化自觉、文化自强，拥有审美感知与想象、文学理解与传播、艺术鉴赏与创造方面的素养。

5.1.3 身体素质

品牌策划师应拥有健康的体魄、充沛的精力和乐观的心态，能够胜任较长时间的调研考察、头脑风暴及文案撰修等工作任务，具有良好的适应

能力和一定的抗压能力。

5.2 知识结构

5.2.1 专业知识

品牌策划师应掌握品牌策划的基本知识、原理和方法，包括但不限于旅品牌策划的概念、类型与作用，基本理念、原理与原则，操作程序、思维方式与创意方法，以及战略策划、主题策划、开发策划、产品策划、项目策划、营销策划、活动策划、运营策划、品牌策划等相关方面的知识。

5.2.2 基础知识

品牌策划师应熟悉品牌发展史、消费者者、资源、市场、产品开发、产品、项目、业态、服务、经营、管理、政策、法规、经济、文化、传媒、营销、节事活动、环境等基础知识。

5.2.3 相关知识

品牌策划师应了解与品牌策划对象相关的历史、地理、民族、民俗、社会、生态、科技、财税、政策、法规、规划及其他相关知识。

5.3 核心能力

5.3.1 信息能力

品牌策划师应具备良好的信息意识，能够通过文献研究、网络搜索、现场调查访谈等手段并运用人工智能为代表的新技术收集、处理、储存、运用与策划任务相关的信息。

5.3.2 分析能力

品牌策划师应具备全面的分析能力，能够运用相应的工具、手段和方法对策划对象的内部条件与外部环境进行分析，诊断策划对象所处的发展阶段与状态，识别制约其健康持续发展的因素与问题。

5.3.3 创意能力

品牌策划师应具备较高水平的创意能力，能够运用创造性思维和品牌创意方法，对策划对象提出独特新颖、符合实际的主题概念和发展策略，并针对时空组织、产品业态、支撑项目、市场开发、运营策略等内容提出系统性解决方案。

5.3.4 表达能力

品牌策划师应具备较强的语言表达能力，能够运用各类新媒体，清晰准确地表述自己的观点，顺利完成访谈座谈、日常沟通、文案撰写、图件绘制、PPT制作、方案提报、实施指导及相关工作，与团队成员、委托方及合作方进行沟通交流。发言（讲话）思路清晰、重点突出、形象生动，策划文案（报告）格式规范、要点全面、结构合理，具有吸引力和感染力。

5.3.5 管理能力

品牌策划师应具备相应的管理能力，能够对相关知识、信息和创意进行管理，完成与策划任务的计划、组织、控制、指导、激励等工作，协调与委托方、上下级同事、履行辅助人之间的关系，并及时应对各类突发情况。

5.4 策划业绩

5.4.1 从业经历

品牌策划师应具备不同形式和时长的从业经历（含实习见习），积累了相应的品牌策划实践经验，对品牌策划工作拥有感性认识与理性思考。

5.4.2 承担项目

品牌策划师应单独或参与撰写过品牌策划文案，参与或主持过一定数量和规模的涉及品牌策划项目或品牌策划项目、品牌营销中的策划部分，项目实施后取得经济、社会、生态效益或得到委托方、社会各界的积极评价。

5.4.3 创新成果

品牌策划师应主动对参与过的实践案例进行跟踪观察、回顾反思与总结提升，形成相关案例、报告、论文，通过网络、会议、报纸、杂志、期刊、教材、专著或其他渠道进行分享交流。

5.4.4 所获奖励

品牌策划师应通过各种渠道宣传推介自己的策划案例与创新成果，参加各类与品牌创意、策划、设计相关的方案征集（比选）、比赛竞赛、优秀成果评选，争取相应的奖励和荣誉。

6 职业能力等级及要求

品牌策划师分为初级品牌策划师、中级品牌策划师、高级品牌策划师。

6.1 初级品牌策划师

6.1.1 职业素养

6.1.1.1 道德素养

坚持四项基本原则，能够理解新时代中国特色社会主义思想、践行社会主义核心价值观，拥有使命感、责任感和紧迫感，坚持客户至上、团结同业、以诚待人、信守承诺、保守秘密、忠于职守、敢于负责。

6.1.1.2 文化素养

具有人文精神、社会意识和文化追求，初步树立终身学习意识，坚持文化自信、文化自觉、文化自强，拥有审美感知与想象、文学理解与传播、艺术鉴赏与创造方面的基本素养。

6.1.1.3 身体素质

拥有健康的体魄、充沛的精力和乐观的心态，能够胜任较长时间的调研考察、头脑风暴及文案撰修等工作任务，具有良好的适应能力和一定的抗压能力。

6.1.2 知识结构

6.1.2.1 专业知识

基本掌握品牌策划的基本知识、原理和方法，并能够加以运用。

6.1.2.2 基础知识

熟悉品牌策划等基础知识，并能够加以运用。

6.1.2.3 相关知识

了解与常见策划对象相关的知识，并能够加以运用。

6.1.3 核心能力

6.1.3.1 信息能力

具备较为敏锐的信息意识，能够通过文献研究、网络搜索、现场调查访谈等手段收集、处理、储存、运用与策划任务相关的信息。

6.1.3.2 分析能力

具备完成品牌策划所需的基本分析能力，能够运用一定的工具和技术对策划对象的内部条件与外部环境进行分析，诊断策划对象所处的发展阶段与状态，识别制约其健康持续发展的因素与问题。

6.1.3.3 创意能力

具备突出的创意能力，能够运用创造性思维和品牌创意方法，为策划对象提出独特新颖、可行性强的主题概念和发展策略，并针对时空部署、产品业态、支撑项目、市场开发、运营策略等内容提出较为全面的解决方案。

6.1.3.4 表达能力

具备较强的语言表达能力，能够运用各类新媒体，清晰准确地表述自己的观点，顺利完成访谈座谈、日常沟通、文案撰写、PPT制作、方案提报工作。发言（讲话）思路清晰、重点突出，策划文案（报告）格式规范、要点全面，具有一定的吸引力、说服力和感染力。

6.1.3.5 管理能力

具备基本的管理能力，对相关知识、信息和创意进行管理，能够完成与策划任务的计划、组织、控制、指导、激励等工作，协调与委托方、上下级同事、履行辅助人之间的关系，并及时应对各类突发情况。

6.1.4 策划业绩（加分项）

6.1.4.1 从业经历

具有一定的品牌策划实践经历，对品牌策划工作拥有相应的感性认识

与理性思考。

6.1.4.2 承担项目

通过不同形式主笔或参与撰写过品牌活动策划方案、品牌营销策划方案、产品策划方案或其他品牌策划方案。或者参与过涉品牌策划项目、品牌营销策划项目中策划部分的相关工作。

6.1.4.3 创新成果

能够对相关品牌策划案例进行分析评价，通过培训课程作业、网络及其他相关等形式进行分享交流。

6.1.4.4 所获奖励

宣传推介自己的策划案例与成果，参加各类与品牌创意、策划、设计相关的方案征集（比选）、比赛竞赛、优秀成果评选。

表 1 初级品牌策划师职业能力等级要求

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
1. 品牌调研与分析	1.1 品牌调研	1. 能够在指导下辅助制定简单的品牌调研提纲，明确调研目的和基本方向。 1.1.2 能够通过二手资料、观察等调查方法对行业、消费者、竞争对手及企业的相关资料进行收集 1.1.3 能够按照既定模板辅助设计品牌调研问卷和观察表，确保问题清晰、逻辑连贯，涵盖关键信息 1.1.4 能够按要求辅助执行调研任务	(1) 市场营销学 (2) 消费心理学、 (3) 消费者行为学、 (4) 统计学等基础知识。

	1.2 品牌分析	<p>1.2.1 能够对品牌调研数据和资料进行辅助回收、筛选和汇总</p> <p>1.2.2 能够辅助分析品牌调研资料和信息</p> <p>1.2.3 能够辅助撰写品牌调研报告</p>	<p>(1) 市场营销学、</p> <p>(2) 消费心理学、</p> <p>(3) 消费者行为学、</p> <p>(4) 公共关系学、</p> <p>(5) 统计学、</p> <p>(6) 策划学、</p> <p>(7) 广告传播学、</p> <p>(8) 商务交流方法、</p> <p>(9) 信息网络技术、</p> <p>(10) 社会学等</p>
2. 品牌定位与设计	2.1 品牌定位	<p>2.1.1 协助梳理品牌定位的目标与思路，能理解品牌定位的重要性和基本概念，收集和整理相关的市场和企业信息</p> <p>2.1.2 在指导下辅助进行目标顾客定位，通过简单的市场细分方法（如年龄、性别、地域等单一维度）确定潜在的目标客户群体特征</p> <p>2.1.3 能够辅助进行市场竞争定位</p> <p>2.1.4 能够通过简要数据分析方法，明确产品品牌优势来源</p> <p>2.1.5 按照给定框架辅助制定品牌定位策略，确保策略与目标顾客和市场竞争情况相契合</p>	<p>(1) 市场营销学</p> <p>(2) 消费心理学、传播学、</p> <p>(3) 社会学等</p>
	2.2 品牌设计	<p>2.2.1 理解简单的品牌设计原则与思路，如简洁性、辨识度、一致性等原则，并能识别符合这些原则的品牌案例</p> <p>2.2.2 掌握品牌设计的要点，如品牌名称、标志、色彩、字体等要素的基本要求，能对现有品牌设计进行初步的优劣分析</p> <p>2.2.3 认识常见的产品品牌要素，在指导下辅助进行产品品牌要素选择，考虑品牌定位和目标受众的需求</p> <p>2.2.4 协助设计和创建品牌要素的初稿或简单素材，如设计简单的标志草图、选择合适的字体和色彩搭配示例等</p>	<p>(1) 设计学 (平面设计、VI设计、包装设计、字体设计等)</p> <p>(2) 营销学、</p> <p>(3) 心理学（色彩心理）</p>

3. 品牌传播与推广	3.1 品牌传播目标确定	3.1.1 能够辨别品牌传播目标客户群体 3.1.2 能够辅助确定品牌主要传播目标	整合营销传播
	3.2 品牌传播渠道选择	3.2.1 能了解各种传播渠道的优劣势 3.2.2 有与媒介或媒介代理进行沟通 3.2.3 能够辅助执行媒介购买工作	(1) 策划学、 (2) 品牌管理、 (3) 广告学、 (4) 传播学、 (5) 信息网络技术等知识
	3.3 品牌传播方案确定	3.3.1 能够辅助提出品牌传播方案的主题创意 3.3.2 能够辅助制定品牌传播整合营销方案 3.3.3 能够辅助编制品牌传播费用预算 3.3.4 能够辅助完成品牌传播方案设计	传播学等
	3.4 品牌推广效果评估	3.4.1 能够了解品牌推广效果评估的基本工具和评估手段 3.4.2 能够初步掌握品牌推广效果的各项评估指标的运用 3.4.3 能够参与品牌推广效果评估的实施过程	(1) 管理学、 (2) 组织行为学、 (3) 传播学等知识
	4.1 品牌监控管理	4.1.1 能够按计划执行品牌监控工作 4.1.2 能够对监控收集的信息进行汇总	(1) 管理学、 (2) 法律、 (3) 公关关系学
	4.2 品牌保护管理	4.2.1 能够理解产品质量管理要求 4.2.2 能够对商标进行分类管理	法律知识
	4.3 品牌危机管理	4.3.1 能够对品牌舆情信息进行收集与分类 4.3.2 能够识别品牌危机并做出正确反应 4.3.3 能够搜集品牌危机处理方法相关材料	(1) 知识产权、 (2) 商品质量等相关知识。

6.2 中级品牌策划师

6.2.1 职业素养

6.2.1.1 道德素养

坚持四项基本原则，能够准确理解新时代中国特色社会主义思想，积极践行社会主义核心价值观，拥有较为强烈的使命感、责任感和紧迫感，坚持客户至上、团结同业、以诚待人、守诺保密、忠于职守、敢于负责。

6.2.1.2 文化素养

具有较为强烈的人文精神、社会意识和文化追求，基本树立终身学习意识，坚持文化自信、文化自觉、文化自强，拥有审美感知与想象、文学理解与传播、艺术鉴赏与创造方面的素养，并在品牌策划方案中有所体现。

6.2.1.3 身体素质

拥有健康的体魄、充沛的精力和乐观的心态，能够胜任较长时间的调研考察、头脑风暴及文案撰修等工作任务，具有良好的适应能力和较强的抗压能力。

6.2.2 知识结构

6.2.2.1 专业知识

掌握品牌策划的基本知识、原理和方法，并能够灵活运用。

6.2.2.2 基础知识

非常熟悉品牌策划的基础知识，并能够灵活运用。

6.2.2.3 相关知识

了解与常见策划对象相关的知识，并能够灵活运用。

6.2.3 核心能力

6.2.3.1 信息能力

具备较为强烈的信息意识，能够通过文献研究、网络搜索、现场调查访谈等手段，运用以人工智能为代表的新技术，较为高效地收集、处理、储存、运用与策划任务相关的信息。

6.2.3.2 分析能力

具备较为全面的分析能力，能够运用专业工具、新兴技术对策划对象的内部条件与外部环境进行分析，诊断策划对象所处的发展阶段与状态，识别制约其健康持续发展的因素与问题。

6.2.3.3 创意能力

具备优异的创意能力，能够综合运用各种创造性思维和品牌创意方法，探索具有个人特色的工作方式，及时高效地为策划对象提出独特新颖、操作性强的主题概念和发展策略，并针对时空组织、产品业态、支撑项目、运营策略、市场开发等内容提出系统性解决方案。

6.2.3.4 表达能力

具备突出的语言表达能力，能够灵活运用各类新媒体，形象生动地表述自己的观点，顺利完成访谈座谈、日常沟通、文案撰写、图件绘制、PPT制作、方案提报工作。发言（讲话）思路清晰、重点突出、带有文采，策划文案（报告）格式规范、要点全面、详略得当，具有较强的吸引力、说服力和感染力。

6.2.3.5 管理能力

具备较强的管理能力，能够对相关知识、信息和创意进行管理，能够及时完成与策划任务的计划、组织、控制、指导、激励等工作，有效协调与委托方、上下级同事、履行辅助人之间的关系，并及时应对各类突发情况。

6.2.4 策划业绩

6.2.4.1 从业经历

具备一年以上的从业经历（含实习见习），积累了较为丰富的品牌策划实践经验，对品牌策划工作拥有较为完善的感性认识与较为深入的理性思考。

6.2.4.2 承担项目

主持或参与过至少一项涉及品牌类策划项目、品牌策划项目或品牌营销中的策划部分，得到委托方或评审专家、社会各界的积极评价，或者项目实施后取得较为突出的经济、社会、生态效益。

6.2.4.3 创新成果

能够对主持或参与过的实践案例进行跟踪观察与回顾反思，形成相应的案例、报告或论文，并通过培训、会议、新媒体等形式进行分享交流。

6.2.4.4 所获奖励

宣传推介自己的策划案例与创新成果，参加各类与品牌创意、策划、设计相关的方案征集（比选）、比赛竞赛、优秀成果评选，获得主办方颁发的证书或给予的荣誉。

表 2 中级品牌策划职业能力水平等级要求

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
1. 品牌调研与分析	1.1 品牌调研	1.1.1 “能够独立制定详细的品牌调研方案，包括明确调研目的、确定调研对象、选择合适的调研方法和时间安排等，确保方案具有可行性和有效性 1.1.2 能够利用各种调查方法对行业、消费者、竞争对手及企业自身进行调研 1.1.3 能够合理设计品牌调研问卷和访谈提纲 1.1.4 能够根据调研方案有效实施调研 1.1.5 能够根据调研方案合理地控制调研进度和质量	(1) 市场营销学、 (2) 消费心理学等基础知识。
	1.2 品牌分析	1.2.1 能够收集整理品牌调研资料和信息 1.2.2 能够运用简单的分析方法对行业、消费者、竞争对手及企业自身进行基本分析 1.2.3 能够界定品牌问题。 1.2.4 能够撰写完整的品牌调研报告 1.2.5 能够有效地展示汇报品牌调研结果	品牌战略管理
2. 品牌定位与设计	2.1 品牌定位	2.1.1 能够详细提出品牌定位的目标与思路 2.1.2 能够合理进行目标顾客定位 2.1.3 能够运用相应方法进行市场竞争定位 2.1.4 能够综合运用数据分析方法,明确产品品牌优势来源 2.1.5 能够详细制定品牌定位策略 2.1.6 能够明确产品品牌功能价值定位	(1) 竞争战略知识 (2) 品牌定位知识

	2.2 品牌设计	<p>2.2.1 结合品牌定位和目标受众特点，提出详细的品牌设计原则与思路，包括品牌视觉形象、品牌个性等方面的设计方向</p> <p>2.2.2 准确把握品牌设计的要点，如品牌标志的设计理念、色彩心理学在品牌设计中的应用、字体的选择与品牌形象的契合度等，并拟定与设计人员的详细沟通要点，确保设计方向的准确传达</p> <p>2.2.3 基于品牌定位和市场需求，提出具有创新性的产品品牌要素，进行全面的品牌要素选择，综合考虑品牌的长期发展和市场竞争需要</p> <p>2.2.4 详细设计和创建品牌要素，如设计高质量的品牌标志、制定品牌视觉识别系统规范等，确保品牌要素具有独特性、辨识度和美感</p> <p>2.2.5 制定品牌要素构建方案，包括品牌要素的应用场景、传播渠道、实施步骤等方面的规划，确保品牌设计能够有效落地</p>	<p>(1) 设计学（平面设计、VI设计、包装设计、字体设计等）、</p> <p>(2) 营销心理学（色彩心理）、</p> <p>(3) 传播学</p>
3 品牌策划方案	3.1 品牌策划方案构思	<p>3.1.1 能够提出并参与确定品牌策划的方向、框架思路与创意构想</p> <p>3.1.2 能够提出基本的品牌策划工作内容及策划任务</p>	<p>(1) 竞争战略</p> <p>(2) 文化战略</p>
	3.2 品牌策划方案制定	<p>3.2.1 能够搭建合理的品牌策划文案框架</p> <p>3.2.2 能够组织或独立完成各类品牌策划方案的具体撰写</p> <p>3.2.3 能够对策划方案进行优化提升与排版美化</p>	<p>(1) 文化战略知识</p> <p>(2) 品牌战略管理知识</p>
4. 品牌传播	4.1 品牌传播目标确定	<p>4.1.1 能够对品牌传播目标客户群体进行分析</p> <p>4.1.2 能够根据销售目标分析品牌传播目标</p> <p>4.1.3 能够确定品牌传播目标、指标，进行逐步分解</p>	<p>(1) 哲学</p> <p>(2) 历史知识</p> <p>(3) 传播学</p>
	4.2 品牌传播渠道选择	<p>4.2.1 熟悉不同传播渠道的传播效果</p> <p>4.2.2 能进行媒介预算</p> <p>4.2.3 能监督使用各种传播渠道进行品牌传播</p>	营销管理

	4.3 品牌传播方案确定	4.3.1 能够提出整合品牌传播方案的主题创意 4.3.2 能够确定品牌传播整合营销方案 4.3.3 能够编制品牌传播费用预算 4.3.4 能够完成品牌传播方案设计 4.3.5 能够对接营销活动	营销管理
	4.4 品牌推广效果评估	4.4.1 能够熟练运用品牌推广效果评估的各种工具和评估手段 4.4.2 能够制定并开展品牌推广效果评估的实施计划 4.4.3 能够对品牌推广主要测评内容进行分析并提出改进意见	(1) 品牌战略管理 (2) 营销管理
5. 品牌维护	5.1 品牌监控管理	5.1.1 能够对监控汇总的信息做出初步分析 5.1.2 能协助对品牌监控工作做出计划和安排	管理学
	5.2 品牌保护管理	5.2.1 能够协助制定产品质量管理办法 5.2.2 能够协助建立商标管理办法 5.2.3 能够简单运用相应法律法规对品牌进行法律保护 5.2.4 能够协助制定企业自身品牌保护制度	法律知识
	5.3 品牌危机管理	5.3.1 能够协助制定品牌危机管理制度 5.3.2 能够协助制定品牌危机处理预案 5.3.3 能够协助制定品牌危机处理方案 5.3.4 能够协助制定品牌危机总结报告 5.3.5 能够协助构建品牌危机管理预警系统	公共关系管理

6.3 高级品牌策划师

6.3.1 职业素养

6.3.1.1 道德素养

坚持四项基本原则，能够准确把握新时代中国特色社会主义思想，全面践行社会主义核心价值观，拥有强烈的使命感、责任感和紧迫感，坚持客户至上、团结同业、以诚待人、守诺保密、忠于职守、敢于负责。

6.3.1.2 文化素养

具有强烈的人文精神、社会意识和文化追求，牢固树立终身学习意识，坚持文化自信、文化自觉、文化自强，拥有审美感知与想象、文学理解与传播、艺术鉴赏与创造方面的素养，并在品牌策划方案中有充分体现。

6.3.1.3 身体素质

拥有健康的体魄、充沛的精力和乐观的心态，能够胜任较长时间的调研考察、头脑风暴及文案撰修等工作任务，具有良好的适应能力和较强的抗压能力。

6.3.2 知识结构

6.3.2.1 专业知识

熟练掌握品牌策划的基本知识、原理和方法，并能够进行创造性运用。

6.3.2.2 基础知识

非常熟悉品牌策划的基础知识，并能够进行创造性运用。

6.3.2.3 相关知识

深入了解与常见策划对象相关的知识，并能够进行创造性运用。

6.3.3 核心能力

6.3.3.1 信息能力

具备强烈的信息意识，能够通过文献研究、网络搜索、现场调查访谈、专业数据库等手段，全面运用人工智能为代表的新技术，高效地收集、挖掘、处理、储存、运用与策划任务相关的信息。

6.3.3.2 分析能力

具备较为全面的分析能力，能够运用专业的工具、新兴技术对策划对象的内部条件与外部环境进行深入分析，科学诊断策划对象所处的发展阶段与状态，精准识别制约其健康持续发展的因素与问题。

6.3.3.3 创意能力

具备卓越的创意能力，能够综合运用创造性思维和品牌创意方法，形成具有个人特色的工作方式，精准高效地为策划对象提出独特新颖、落地性强的主题概念和发展策略，并针对时空部署、产品业态、支撑项目、运营策略、市场开发、风险防控、持续发展等内容提出系统性解决方案。

6.3.3.4 表达能力

拥有具备个人风格的突出语言表达能力，能够综合运用各类新媒体，地表述自己的观点，高效完成访谈座谈、日常沟通、文案撰写、图件绘制、PPT制作、方案提报、实施指导及相关工作。发言（讲话）思路清晰、重点突出、富有文采，策划文案（报告）格式规范、要点全面、结构合理，具有强烈的吸引力、说服力和感染力。

6.3.3.5 管理能力

具备一流的管理能力，能够对相关知识、信息和创意进行管理，及时高效地完成与策划任务的计划、组织、控制、指导、激励等工作，协调与委托方、上下级同事、履行辅助人之间的关系，并灵活应对各类突发情况。

6.3.4 策划业绩

6.3.4.1 从业经历

具备两年以上从事相关工作的经历（含实习见习），积累了丰富的品牌策划实践经验，对品牌策划工作拥有完善的感性认识与深入的理性思考。

6.3.4.2 承担项目

主持或参与过至少三项涉及品牌类策划项目、品牌策划项目或品牌营销中的策划部分，得到委托方或评审专家、社会各界的高度评价，或项目实施后取得显著的经济、社会、生态效益。

6.3.4.3 创新成果

主动对主持或参与过的实践案例进行全面深入的跟踪观察、回顾反思与总结提升，形成具有一定深度的案例、报告或论文，通过网站、报纸、杂志、期刊、教材、专著发表或出版等形式进行分享交流。

6.3.4.4 所获奖励

通过各种渠道持续宣传推介自己的策划案例与创新成果，积极参加各类与品牌创意、策划、设计相关的方案征集（比选）、比赛竞赛、优秀成果评选，获得主办方颁发的证书或给予的荣誉。

表3 高级品牌策划职业能力水平评价等级要求

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
1. 品牌调研与分析	1.1 品牌调研	1.1.1 能够基于品牌战略和市场动态系统设计品牌调研项目，精准确定调研目标、范围和重点，确保项目具有高度的针对性和前瞻性 1.1.2 能够综合运用各种调查方法对行业、消费者、竞争对手及企业自身进行深入调研 1.1.3 能够对品牌健康度等相关内容进行调研 1.1.4 能够对消费人群进行深度洞察 1.1.5 能够综合运用定量及定性研究方法进行研究设计，包括综合性的调研问卷和访谈提纲等 1.1.6 能够组建、培训、管理调研团队并开展实地调研 1.1.7 能够控制和调整调研进度和质量	调研方法
	1.2 品牌分析	1.2.1 能够综合运用各种分析方法对行业、消费者、竞争对手及企业自身进行深入全面的综合分析 1.2.2 能够运用各种工具基于品牌调研数据进行市场预测 1.2.3 能够洞察消费者心智、消费趋势等 1.2.4 能够分析品牌 DNA 及自身核心竞争优势，驱动品牌价值等 1.2.5 能够对品牌调研报告进行审定和修改 1.2.6 能够有效地展示汇报品牌调研结果，并提出营销建议	心理学
2. 品牌定位与设计	2.1 品牌定位	2.1.1 能够明确品牌定位的目标与思路 2.1.2 能够综合运用相关方法进行目标顾客定位，建立品牌与顾客的相关性 2.1.3 能够系统进行市场竞争定位，进行品牌市场细分、品类筛选规划 2.1.4 能够综合运用各种分析方法进行系统分析不同类别品牌生命周期 2.1.5 能够结合产品定位、市场定位、人群定位等综合因素进行品牌定位，聚焦在除了当下外的，可能实现的未来 2.1.6 能够确定产品品牌的功能、情感等综合价值定位 2.1.7 能够界定品牌概念 2.1.8 能够进行系统制定品牌定位策略，整合品牌资源并对品牌进行升级优化	(1) 竞争战略 (2) 品牌定位

	2.2 品牌设计	<p>2.2.1 系统掌握品牌设计的原则与思路，能够从品牌战略、文化内涵和市场需求的高度出发，确定品牌设计的整体方向和关键点，确保品牌设计的一致性和独特性。</p> <p>2.2.2. 对符号概念、品牌特征、产品特征相关定义及建立</p> <p>2.2.3 凭借专业的审美能力和市场判断力，确定品牌设计的最终决策，对品牌设计方案进行严格的评估和筛选，确保设计方案能够完美体现品牌价值和形象。</p> <p>2.2.4. 基于深入的市场调研和品牌定位，准确提出产品品牌要素，运用先进的设计理念和方 法，准确进行产品品牌要素选择，确保品牌要素能够有效传达品牌信息和情感。</p> <p>2.2.4. 运用系统的设计思维和创新方法，系统设计 and 创建品牌要素，如打造具有高度辨识度和影响力的品牌标志、构建完善的品牌视觉识别系统和品牌体验设计，提升品牌的视觉冲击力和文化感染力。</p> <p>2.2.5. 以专业的视角和丰富的经验审定或修改品牌要素构建方案，确保方案的可行性、创新性和可持续性，为品牌设计的实施提供有力的保障。</p>	<p>(1) 设计学 (平面设计、VI设计、包装设计、字体设计等)、</p> <p>(2) 营销学、</p> <p>(3) 心理学 (色彩心理)、</p> <p>(4) 传播学、</p> <p>(5) 符号学</p>
3. 品牌方案策划	3.1 品牌策划方案构思	3.1.1 在企业本身、市场、产品、人群及竞争关系的基础上，进行深度洞察，确立构思方向	
	3.2 品牌策划方案制定	<p>3.2.1 能够审定、指导各类品牌策划方案的创意、构想、设计和具体撰写</p> <p>3.2.2 能够对品牌策划方案进行审定和创新提升</p> <p>3.3.3 能够评估品牌策划方案的落地性和实施效果</p>	<p>(1) 策划学</p> <p>(2) 营销管理</p>

4 品牌传播	4.1 品牌传播目标确定	<p>4.1.1 能够明确不同阶段需要解决的品牌问题，对品牌传播目标阵地进行不同层面的区分，包括品牌、产品、市场、人群等。</p> <p>4.1.2 能够明确品牌传播关键指标</p> <p>4.1.3 能够根据实际情况，对品牌传播目标进行修改</p>	传播学
	4.2 品牌传播渠道选择	<p>4.2.1 能制定媒介策略</p> <p>4.2.2 能够选择除了媒体之外的其他传播渠道。并能对多种传播渠道进行最优组合</p> <p>4.2.3 能评估媒介使用效果</p>	(1) 传播学 (2) 营销知识
	4.3 品牌传播方案确定	<p>4.3.1 能够拟定品牌传播策略，在策略拟定前提下，你把握传播阶段划分、传播节奏、传播诉求、及传播目标</p> <p>4.3.2 对品牌传播方案的主题创意进行审定和修改</p> <p>4.3.3 能够对品牌传播整合营销方案进行审定和修改</p> <p>4.3.4 能够对品牌传播费用预算进行审定和修改</p> <p>4.3.5 能够对品牌传播方案进行审定和修改</p> <p>4.3.6 能指导和确定品牌传播内容</p>	传播学
	4.4 品牌推广效果评估	<p>4.4.1 能在来源于用户、潜在用户、经销商渠道、垂直行业媒体等的认知维度之上，制定品牌推广效果的考核指标和评估标准</p> <p>4.4.2 能够熟练开展并指导品牌推广效果评估的实施计划</p> <p>4.4.3 能够利用测评工具对品牌推广效果进行分析和诊断</p> <p>4.4.4 能够监督并指导品牌推广效果评估各环节工作的开展</p>	传播学
5 品牌管理	5.1 品牌监控管理	<p>5.1.1 能够对垂直行业媒体、舆情、公关、社会的维度划分品牌监控对象</p> <p>5.1.2 能对监控信息做出分析和管理</p> <p>5.1.2 能对品牌监控工作做出计划和安排</p>	传播学

	5.2 品牌保护管理	<p>5.2.1 能够制定产品质量管理办法</p> <p>5.2.2 能够建立商标管理办法</p> <p>5.2.3 能够综合运用相应法律法规对品牌进行法律保护</p> <p>5.2.4 能够制定企业自身品牌保护制度</p> <p>5.2.5 能够掌握和运用政府对企业品牌保护的扶持政策</p>	商标法
	5.3 品牌危机管理	<p>5.3.1 能够建立在“大公关”概念，在品牌公关领域设定下，对品牌危机定义及解决</p> <p>5.3.2 能编制品牌危机管理制度</p> <p>5.3.3 能编制品牌危机处理预案</p> <p>5.3.4 能编制品牌危机处理方案</p> <p>5.3.5 能编制品牌危机总结报告</p> <p>5.3.6 能构建品牌危机管理预警系统</p>	公关关系管理
6. 品牌战略管理	6.1 品牌战略规划	<p>6.1.1 明确品牌战略的分类</p> <p>6.1.2 对品牌战略体系化梳理</p> <p>6.1.3 能够进行品牌诊断</p> <p>6.1.4 能够进行品牌战略决策</p> <p>6.1.5 能够提炼品牌核心价值</p> <p>6.1.6 能够构建品牌识别系统</p> <p>6.1.7 能够构建产品体系、价格体系、渠道体系、服务体系</p> <p>6.1.8 能够制定品牌发展规划</p> <p>6.1.9 审核品牌发展规划与企业战略的衔接</p>	品牌战略管理知识
	6.2 品牌资产管理	<p>6.2.1 品牌资产管理目标</p> <p>6.2.2 能够明确对品牌“有形资产”及“无形资产”进行分类</p> <p>6.2.3 能够整合品牌资产</p> <p>6.2.4 能够提升品牌资产</p> <p>6.2.5 能够有效进行品牌资产评估</p>	品牌战略管理知识
	6.3 品牌组合管理	<p>6.3.1 能够构建品牌架构体系</p> <p>6.3.2 能够明确集团品牌、企业品牌、母品牌、伞品牌、产品品牌、事实品牌等的划分体系，以及注重品牌组合或拆分决策的判断标准</p> <p>6.3.3 能够进行品牌组合优化</p> <p>6.3.4 能够制定品牌延伸战略</p>	品牌战略管理知识

7 评价方式

采取材料审核、笔试、面试相结合的方式对申请人的品牌策划职业能力水平进行定量和定性评价。

7.1 材料审核

查看申请人提供的证明材料（原件或复印件），审查核实申请人的基本信息，学习、培训、工作经历，撰写方案、承担（或参与）项目、代表案例、委托方评价、单位考核、所获奖励等。

7.2 笔试

依托中国智慧工程研究会策划专业委员会网站及相关在线考试系统，从《品牌策划专业知识与能力》题库中抽取试卷，对申请人的品牌策划知识与能力进行在线测试，时间为 90 分钟。

7.3 面试

组织中国智慧工程研究会策划专业委员会评聘的品牌策划专家对申请人进行 10~30 分钟的在线或现场面试（初级 10 分钟左右，中级 20 分钟左右，高级 30 分钟左右），主要用于考核申请人的职业素养及实战能力。主要内容包括：申请人介绍个人基本情况、策划业绩及代表成果，抽取并回答面试题，就专家的补充提问做出回应。

8 评价组织

8.1 组织机构

中国智慧工程研究会授权由中国智慧工程研究会策划专业委员会负责相关工作。

8.2 主要职责

组建评审专家组。建立笔试和面试题题库。制订年度工作方案。发布评价通知，接收报名表及相关申报材料。组织评价专家、申报人和服务人员，开展资料审核、笔试和面试。确定品牌策划师职业能力水平等级，制作并颁发证书。

9 评价程序

9.1 申请

9.1.1 自愿参加品牌策划师职业水平评价的人员可根据秘书处发布的公告，自愿申请参加品牌策划师职业能力水平评价。

9.1.2 申请人参加品牌策划师职业能力水平评价，应提供以下材料：

——品牌策划师职业能力水平评价申请表（附录 D）

——身份证、毕业证、工作证、学术职称证、资格证、培训证明材料复印件；

——一寸白底免冠彩色近照 6 张；

——项目合同证明复印件、创新成果证书、获奖证书、社会兼职证书复印件、新闻媒体报道截图等策划业绩证明（申报中级策划师以上需要提供）；

——代表个人水平的品牌策划文案、论文、著作、专家聘书、会议邀请函复印件（申报中级策划师以上需要提供）；

——策划案例电子版一份，纸质版装订 2 份（申报中级策划师以上需要提供）。

9.1.3 申请人提供的材料应真实、准确、全面。

9.2 受理

9.2.1 接到申请人提交的申请表及相关材料后，秘书处在 10 个工作日内进行审查核实，并提出初审意见。

9.2.2 秘书处通过电话、邮件、微信等方式通知申请人受理结果。

9.3 笔试

9.3.1 秘书处组建笔试题库，确定考试时间，公开发布通知。

9.3.2 申请人提前进入考场（线上考试，需要申请人准备电脑、摄像头、网络符合条件的考试场所，准时参加在线考试。）

9.3.3 秘书处组织专家通过线下或者线上批阅笔试试卷，在 10 个工作日内评定笔试成绩。

9.4 面试

9.4.1 秘书处在面试成绩揭晓后 10 个工作日内，确定面试题目，抽取面试专家，确定远程视频工具及时间，公开发布通知。

9.4.2 申请人提前准备电脑、摄像头、网络、声环境符合条件的场所，准时参加在线面试。

9.4.3 组织专家进行面试，并填写面试情况记录表。

9.5 综评

9.5.1 秘书处汇总申请材料审核表、笔试成绩和面试情况记录表后，计算确定综合得分，于面试结束后 10 天内形成初评报告。

9.5.2 秘书处组织专家召开终评会议，提出评审意见。

9.5.3 终评的主要内容包括核实各项指标得分、给出评价结论，结论包括“通过”和“不通过”两种情形。

9.6 公示

9.6.1 品牌策划师职业能力水平评价结果在中国智慧工程研究会策划专业委员会官方网站公示，公示时间不少于 5 个工作日。

9.6.2 在公示时间内收到实名举报的，秘书处应及时进行查证；查证属实的，

应重新确定终评结论。

9.7 批复

9.7.1 对于终评合格并通过公示的申请人，秘书处应上报中国智慧工程研究会策划专业委员会常委会，经通过后给予获得相应等级品牌策划师职业能力水平评价证书的批复，并授予证书。

9.7.2 品牌策划师职业能力水平评价等级证书由秘书处统一制作，由通过考核的申请人持有，终身有效。

9.7.3 品牌策划师职业能力水平评价等级证书可在中国智慧工程研究会官网或者中国智慧工程研究会策划专业委员会官方网站进行查询。

附录 A（规范性附录）

初级品牌策划师职业能力水平评价细则

A.1 具备以下条件之一者，可申报参加不少于 45 课时的初级品牌策划培训学习，然后进行初级品牌策划师评定，考试合格者，颁发证书。

A.1.1 具有高中毕业(或同等学力)，从事策划相关工作 2 年以上。

A.1.2 取得高等职业学校、专科及以上普通高等学校专业或相关专业毕业证书(含在读应届毕业生)。

A.1.3 取得相关职业初级职业资格(职业技能等级)证书后累计从事本职业或相关职业工作满 2 年。

A.1.4 累计从事本职业或相关职业工作满 3 年。

A.2 评价方法

A.2.1 评价指标

初级品牌策划师的评价指标及权重见下表

一级指标	二级指标	分值	合计分值
职业素养	道德素养	6	16
	文化素养	6	
	身体素质	4	
知识结构	专业知识	21	46
	基础知识	14	

	相关知识	11	
核心能力	信息能力	6	28
	分析能力	7	
	创意能力	8	
	表达能力	5	
	管理能力	2	
策划业绩（加分项）	从业经历	2	10
	承担项目	5	
	创新成果	1	
	所获奖励	2	

A.2.2 得分要求

申请人综合得分须在 60 分以上（含 60 分），“知识结构”得分率均不应不低于 60%。

附录 B（规范性附录）

中级品牌策划师职业能力水平评价细则

B.1 具备以下条件之一者，可申报参加不少于 35 课时的中级品牌策划培训学习，考试合格者，进行中级品牌策划师评定，评定合格后颁发证书。

B.1.1 申请人应具有大学专科毕业(或同等学力)。

B.1.2 获得初级品牌策划师等级证书 3 年以上。

B.1.3 申请人从事策划工作 5 年以上，策划业绩突出，所策划的品牌项目对促进地方招商引资或经济发展起到重要作用。

B.1.4 出版品牌或者策划相关著作 2 部以上或在主要媒体期刊上发表品牌策划直接相关的具有独立创新成果 2 篇以上。

B.1.5 成立 5 年以上并取得显著经济效益的品牌相关企业主要领导。

B.1.6 参加厅级以上党政机关、事业单位、社会团体等机构举办的与品牌业

相关的创意大赛、品牌营销大赛、策划大赛，以第一作者身份获得奖项者（特等奖或一等奖，包括组织的比赛）。

B.1.7 具有品牌相关专业中级职称，累计从事本职业或相关职业工作满 5 年。

B.2 评价方法

B.2.1 评价指标

中级品牌策划师的评价指标及权重见下表

一级指标	二级指标	分值	合计分值
职业素养	道德素养	5	13
	文化素养	5	
	身体素质	3	
知识结构	专业知识	17	35
	基础知识	11	
	相关知识	7	
核心能力	信息能力	4	37
	分析能力	6	
	创意能力	15	
	表达能力	6	
	管理能力	6	
策划业绩	从业经历	5	15
	承担项目	5	
	创新成果	2	
	所获奖励	3	

B.2.2 得分要求

申请人综合得分须在 60 分以上，“职业素养”“知识结构”“核心能力”的得分率均应不低于 60%。

附录 C（规范性附录）

高级品牌策划师职业能力水平评价细则

C.1 具备以下条件之一者，可申报参加不少于 35 课时的中级品牌策划培训学习，考试合格者，进行中级品牌策划师评定，评定合格后颁发证书。

C.1.1 具有大学本科毕业(或同等学力)，从事相关工作不低于 10 年；

C.1.2 取得中级品牌策划师职业等级证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 4 年。

C.1.3 取得相关职业副高级以上职称、职业资格、职业技等级证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 5 年。策划业绩或建言献策被地方政府或企业采纳执行并取得显著经济效益的。

C.1.4 累计从事本职业或相关职业工作满 10 年，并有 3 个以上取得重大经济效益和社会影响力的策划案。

C.1.5 单独或合作（署名前三）出版品牌策划类教材或专著 3 部以上者。

C.1.6 参与品牌或相关标准（国家标准、行业标准、团体标准、地方标准）的编制或修订工作的。

C.1.7 从事品牌相关工作并获得省部级各类人才称号，或对行业发展做出其他重大贡献的特殊人才。

C.2 评价方法

C.2.1 评价指标

高级品牌策划师的评价指标及权重见下表。

一级指标	二级指标	分值	合计分值
职业素养	道德素养	5	10
	文化素养	3	
	身体素质	2	
知识结构	专业知识	12	25
	基础知识	8	

	相关知识	5	
核心能力	信息能力	3	40
	分析能力	6	
	创意能力	15	
	表达能力	10	
	管理能力	6	
策划业绩	从业经历	5	25
	承担项目	10	
	创新成果	5	
	所获奖励	5	

C.2.2 得分要求

申请人综合得分须在 60 分以上，“职业素养”“知识结构”“核心能力”得分率均应不低于 60%。

附录 D（规范性附录）

中国智慧工程研究会策划专业委员会
品牌策划师职业能力水平评价申请表（样例）

编号：2025—001

填报日期：____年__月__日

姓名		性别		民族		粘贴 1 寸 蓝底彩色照片
政治面貌		学历		出生时间		
身体状况		学术职称或资格				
身份证号				微信号码		
电子邮箱				QQ 号码		

工作单位		职务	
通信地址		邮政编码	
联系电话		手机号码	
社会兼职			
申评等级	<input type="checkbox"/> 初级策划师 <input type="checkbox"/> 中级策划师 <input type="checkbox"/> 高级策划师		
荣誉奖励			
学习培训 简历			
主要工作 简历			
主要工作 业绩			
本人申请意见		中国智慧工程研究会策划专业委员会秘书处 对申报人材料进行初审意见	
申请人（签字盖章）： 年月日		秘书长签名盖章： 年月日	
笔试成绩		面试成绩	

专家评审会意见			
评审专家签名： 年 月 日			
公示时间		公示结论	
中国智慧工程研究会 策划专业委员会 意 见	签字盖章 年 月 日		
证书编号		发放时间	

填写说明：

1. 学习培训简历从高中开始填写，与策划相关的培训 1 天以上、技能类的培训 3 天以上，写上授课师资姓名，培训主要内容，填写必须如实、准确、清晰。
2. 工作简历要写清年月起止时间、单位全称、所任职务；
3. 工作业绩（包括创新成果名称、发布途径；所获奖励名称、颁发机构；策划案例名称和取得的经济社会效益等）。