
2024 年江苏省职业院校技能大赛高职赛项规程

一、赛项名称

赛项编号：JSG202439

赛项名称：市场营销

赛项组别：高职学生组、高职教师组

赛项归属专业大类：财经商贸

二、竞赛目的

市场营销赛项坚持以立德树人为根本任务，对接数字经济背景下企业营销数字化转型新趋势，以培养优秀商贸流通人才、服务各行各业市场营销人才需求为出发点，贯彻党的二十大精神，落实“坚持以推动高质量发展为主题，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来”“构建优质高效的服务业新体系，推动现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合”。以国家“十四五”规划为统领，促进商贸领域数字技术技能人才培养，服务企业营销数字化转型需求，服务“加快发展现代服务业”“增强消费对经济发展的基础性作用，顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费”“促进国内国际双循环”。

市场营销赛项遵循公开、公平、公正、公益原则，坚持“以高水平赛事推动职业教育高质量发展”为主线，以职业需求为导向、以实践能力培养为重点、以产教融合为途径，依托动态竞争理论塑造营销竞赛环境，全面考查参赛选手职业道德、职业素养和技术技能水平，引领高职院校市场营销专业建设，以赛促教、促学、促改，深化三教改革，推进专业与产业、课程与职业、教学过程与生产过程对接，提高营销人才的社会认可度与影响力，充分发挥技能大赛对职业教育“树旗、导航、定标、催化”的作用，推进“岗课赛证”综合育人。

三、竞赛内容

（一）赛项整体内容介绍

赛项坚持贯彻落实党的二十大精神提出的“把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来”的精神和国家“十四五”规划“加快发展现代服务业”的要求，对接数字化营销、新媒体营销等市场营销新方向，面向市场分析、营销策划、产品销售、客户管理、品牌管理、互联网营销等岗位，依托动态竞争理论，

以市场调研与数据分析、用户画像与市场定位、品牌战略规划方案、营销活动策划方案、新媒体营销、方案汇报与展示、产品设计与开发、制定数字营销策略、数字营销实施、市场推广与控制、客户满意度管理、销售管理、经营核算与成本控制等重要工作任务的完成质量以及选手职业素养作为竞赛内容，全面考核选手的市场调查与分析、目标市场选择与定位、用户画像分析与定位、竞争策略分析、营销策划、新媒体营销、品牌传播、产品促销、客户服务与管理、数据分析、成本核算与财务分析能力和团队合作能力及其沟通表达、礼仪规范等基本职业素质。在竞赛中，选手将会用到经济学基础、市场营销基础、市场调查与分析、消费者行为学、品牌管理、新媒体营销、财务管理、商务礼仪等课程的综合知识。具体竞赛内容结构如表 1 所示。

表 1 竞赛内容结构表

| 竞赛模块 | 竞赛内容 | 比例 | 竞赛方式 |
|------|--|-----|-------------------|
| 方案策划 | 根据市场环境现状，围绕某一企业，制定品牌战略规划方案，结合特定营销节点制定营销活动策划方案，于竞赛当日现场，完成两个方案的 Word 文档撰写。制作涵盖品牌战略规划和营销活动策划的汇报 PPT。围绕“营销活动策划方案”中具体活动方案的内容，借助新媒体文案编辑工具，制作一篇图文并茂的宣传文案，达到品牌推广和产品促销活动宣传的目的。按要求进行品牌战略规划和营销活动策划方案的现场汇报与展示。 | 30% | 学生 4 人/教师 2 人分工合作 |
| 数字营销 | 围绕某一细分行业下的一家销售型企业，结合给定的企业数据与市场数据，分析竞争对手、用户画像，确定市场定位、制定数字营销策略，并借助数字媒体平台进行品牌数字营销实施与优化，增加企业网站曝光度，提升品牌认知度。 | 30% | 学生 4 人/教师 2 人分工合作 |

| | | | |
|------|---|-----|-------------------|
| 情境营销 | 围绕某一细分行业下的一家生产销售企业，在同一个动态市场环境条件下，进行多年度多情境的营销活动，需要结合企业经营状态与市场预测数据，分析市场需求制定企业营销战略，并采用多种手段进行客户满意度管理，完成品牌建设、市场推广、产品设计与开发、直销批发零售等线上线下销售管理营销工作，同时，通过精细的企业经营核算与成本控制调整营销战略，实现企业效益最大化。 | 40% | 学生 4 人/教师 2 人分工合作 |
|------|---|-----|-------------------|

(二) 赛项模块详细介绍

市场营销赛项主要包括方案策划、数字营销、情境营销三个模块，其中，方案策划模块包括品牌战略规划方案、营销活动策划方案、新媒体营销、方案汇报与展示；数字营销模块包括用户画像与市场定位、制定数字营销策略、数字营销实施、市场推广与控制；情境营销模块包括市场调研与数据分析、客户满意度管理、产品设计与开发、销售管理、经营核算与成本控制。模块具体任务内容及赛项时长、分值，如表 2 所示。

表 2 赛项模块详细表

| 模块 | | 主要内容 | 比赛时长 | 分值 |
|-----|------|--|--------|----|
| 模块一 | 方案策划 | <p>任务 1：品牌战略规划方案撰写</p> <p>根据企业品牌发展现状及产品规划格局，结合市场分析结果，制定并撰写企业 5 年品牌战略规划方案。</p> <p>任务 2：营销活动策划方案撰写与汇报 PPT 制作</p> <p>根据企业品牌定位及产品信息，结合特定的营销节点氛围，遵循营销活动策划实施原则与方法，制定并撰写营销活动策划方案。</p> | 100 分钟 | 30 |

| | | | | |
|-----|------|---|--------|----|
| | | <p>任务 3：新媒体营销</p> <p>根据企业背景，围绕“营销活动策划方案”中的具体活动内容，面向目标受众，借助新媒体文案编辑工具，制作一篇图文并茂的宣传文案，需包含标题、正文、封面等内容，能够实现品牌宣传、产品推广的目的。</p> <p>任务 4：方案汇报与展示</p> <p>依托品牌战略规划和营销活动策划方案制作 PPT, 团队分工合作进行现场汇报。</p> | | |
| 模块二 | 数字营销 | <p>任务 1：用户画像与市场定位</p> <p>根据企业背景描述，结合用户特征数据和市场数据，完成用户画像分析与市场定位，以圈定更加精准的目标用户。</p> <p>任务 2：数字营销策略制定</p> <p>根据企业背景信息及行业市场动态，制定数字营销策略，确定营销渠道、分配营销预算、明确营销广告投放时间与投放地域，力求以最低的营销成本获取最优推广效果。</p> <p>任务 3：数字营销实施</p> <p>根据企业背景信息及行业市场动态，结合数字营销策略，通过推荐引擎营销及搜索竞价营销获取付费流量，通过搜索排名优化获取自然流量，提升品牌认知。</p> <p>任务 4：市场推广与控制</p> <p>完成企业 3 个周期的数字化市场推广与控制工作，分别在前 2 个周期的营销实施结束后，分析营销报表，评估营销效</p> | 180 分钟 | 30 |

| | | | | |
|-----|------|---|--------|----|
| | | 果，辅助下一周期的数字营销策略的优化与实施。 | | |
| 模块三 | 情境营销 | <p>任务 1：市场调研与数据分析</p> <p>结合企业经营状态与市场预测数据，分析用户需求与市场需求，制定企业营销组合策略，并进行市场开拓和企业 ISO 认证，提高市场占有率。</p> <p>任务 2：客户满意度管理</p> <p>针对六类消费人群客户数据进行多维度分析，从产品、价格、时间满意度维度制定提升客户满意度的营销策略，提升客户的忠诚度和复购率。</p> <p>任务 3：产品设计与开发</p> <p>根据企业营销目标与组合营销策略。制定产品设计与开发计划，并结合生产计划与生产订单采购原料，租赁购买厂房，配置、优化生产线，提升生产效率。</p> <p>任务 4：销售管理</p> <p>根据市场需求数据和企业营销策略，面向直销客户、批发客户、零售客户，制定相应定价策略和促销策略，并投放媒体广告，吸引消费者购买产品，达到扩大销售量的目的。</p> <p>任务 5：经营核算与成本控制</p> <p>根据企业经营状态和战略规划进行应收、应付账款和相关费用的结算，维持良好的资金流，并对财务报表进行盈亏分析，找出运营过程中的不足和缺陷，</p> | 300 分钟 | 40 |

| | | | | |
|--|--|---------------------------|--|--|
| | | 完成当期经营核算与成本控制，并制定下一步营销策略。 | | |
|--|--|---------------------------|--|--|

四、竞赛方式

(一) 竞赛形式

本赛项竞赛形式为线下比赛。

(二) 组队方式

本赛项学生组和教师组均为团体赛。学生组以院校为单位组队参赛，不得跨校组队，同一学校报名参赛队不超过 1 支，每队 4 名选手。教师组同样以院校为单位组队参赛，不得跨校组队，同一学校报名参赛队不超过 1 支，每队 2 名选手。每个学校确定赛项领队 1 人。

学生赛团体赛每队可报 1-2 名指导教师；教师赛不设指导教师。

五、竞赛流程

表 3 竞赛日程、比赛场次、竞技过程安排

| 日期 | 时间 | 事项 | 参加人员 | 地点 |
|-------|-------------|------------------------|-----------------|--------|
| 报到日 | 08:00~13:00 | 参赛队报到，安排住宿，领取资料 | 工作人员、参赛队 | 住宿酒店 |
| | 14:30 | 参赛队集中乘车往学校 | | |
| | 14:45~15:30 | 领队会议 | 各参赛队领队 | 会议室 |
| | 15:30~16:20 | 熟悉赛场 | 赛场技术人员、各参赛队 | 竞赛场地 |
| | 16:20 | 回住宿酒店 | | |
| 竞赛第一日 | 8:00 | 参赛队住宿酒店门口集合，集体乘车往赛场 | 各参赛队 | 住宿酒店 |
| | 8:30~9:10 | 大赛检录进场 第一次抽签加密（抽序号） | 参赛选手、第一次抽签裁判 | 一次抽签区域 |
| | 9:10~9:30 | 第二次抽签加密（抽赛位号） | 参赛选手、第二次抽签裁判 | 二次抽签区域 |
| | 9:40~12:40 | 数字营销 | 参赛选手、裁判 | 竞赛场地 |
| | 12:40~13:30 | 午餐 | 参赛选手、裁判 工作人员 | |
| | 13:30~15:00 | 方案策划撰写 | 参赛选手、裁判 | 竞赛场地 |
| | 15:30~20:30 | 方案策划汇报展示 | 参赛选手、裁判 | 竞赛场地 |
| 竞赛 | 7:30 | 参赛队住宿酒店门口集合，集体乘车往赛场 | 各参赛队 | 住宿酒店 |

| | | | | |
|---------|-------------|------------------------|---------------------------|------------|
| 第二日 | 7:45 | 竞赛场地前 | 各参赛队 工作人员 | 竞赛场地 前 |
| | 7:50~8:30 | 大赛检录进场 第一次抽签加密（抽序号） | 参赛选手、第一次 抽签裁判 | 一次抽签 区域 |
| | 8:30~8:50 | 第二次抽签加密（抽工 位号） | 参赛选手、第二次 抽签裁判 | 二次抽签 区域 |
| | 9:00~12:00 | 情境营销 | 参赛选手、裁判 | 竞赛场地 |
| | 12:00~13:00 | 午餐 | 参赛选手、裁判 工作人员 | |
| | 13:00~15:00 | 情境营销 | 参赛选手、裁判 | 竞赛场地 |
| | 17:00~17:50 | 各参赛队晚餐 | 参赛选手、指导教 师 | 食堂 |
| | 17:50 | 各参赛队入场 | 各参赛队 | 报告厅 |
| | 18:00~19:00 | 闭赛式 | 领导、嘉宾、裁判 长、裁判、各参赛 队 | 报告厅 |
| | 20:00 | 各参赛队回住宿酒店 | 各参赛队 | 酒店 |
| 返程 日 | 9:00 | 所有参赛队返程 | | |



图 1 竞赛流程图

六、竞赛规则

（一）竞赛报名

1. 各高职院校按照大赛组委会规定的报名要求，通过“江苏省职业院校技能大赛网络报名系统”报名参赛。

2. 高职学生组参赛对象为全省高等职业学校（含本科职业院校）全日制在籍在校生及五年制高职四至五年级在籍在校生（1999 年 5 月 1 日以后出生）；已在国赛、省赛中获得过一等奖的学生不得参加同一组别、同一专业大类的比赛。

3. 高职教师组参赛对象为具有高等学校教师资格证且 2022 年 5 月 1 日之前入职的教师，江苏联合职业技术学院教师需有五年制高职四、五年级任教经历方可参加高职组比赛。近两年内获得过国赛、省赛一等奖的教师不得参加同一组别、同一项目的比赛；近两年内获得过中职组国赛、省赛一等奖的教师不可参加高职

组相同专业大类的比赛。江苏联合职业技术学院教师只可选择中职组或高职组一个组别参赛，参赛组别确定后不再变化。

4. 江苏联合职业技术学院经过选拔，可报名不超过 5 队参加本赛项学生组比赛，可报名不超过 2 队参加本赛项教师组比赛。

5. 参赛选手和指导教师报名，获得确认后不得随意更换。比赛前参赛选手和指导教师因故无法参赛，须由学校相应赛项开赛前 10 个工作日出具书面说明，并按参赛选手资格要求补充人员并接受审核，经省大赛组委会办公室同意后予以更换。

（二）熟悉场地规则

1. 各参赛队统一有序的熟悉场地，熟悉场地时限定在指定区域。

2. 熟悉场地时严禁与现场工作人员进行交流，不发表没有根据以及有损大赛整体形象的言论。

3. 熟悉场地时严格遵守大赛各种制度，严禁拥挤，喧哗，以免发生意外事故。

（三）入场规则

1. 参赛选手按规定的时间准时到达赛场检录区集合。

2. 裁判将对各参赛选手的身份进行核对。参赛选手须提供参赛证、身份证、经学校注册的学生证，证件上的姓名、年龄、相貌特征应与参赛证一致。

3. 裁判检验参赛选手的工具、量具及书写物品，不允许携带任何通讯及存储设备、纸质材料等物品，检查合格后进入赛场抽签区。对于违规物品立即收缴，实际参赛选手与报名信息不符的情况，不得入场。

4. 一次加密选手按抽签顺序号依次抽取参赛编号，二次加密凭参赛编号抽取比赛工位号，然后在指定区域等待；在现场裁判的指挥下有序进入赛场，按抽取的比赛工位号就位。

（四）赛场规则

1. 检录：由检录工作人员依照检录表进行点名核对。

2. 加密：竞赛当日进行两次加密，分别由两组加密裁判组织实施加密工作，管理加密结果。监督仲裁员全程监督加密过程。

3. 引导：参赛选手凭赛位号进入赛场，现场裁判负责引导参赛选手至赛位前等待竞赛指令。选手进入赛场后，必须听从现场裁判的统一指挥。

4. 宣布开始。由裁判长宣布比赛开始，各参赛队开始竞赛。

5.比赛过程中,参赛选手必须严格遵守安全操作规程,确保人身和设备安全,并接受现场裁判和技术人员的监督和警示。竞赛过程中,如遇设备故障,参赛选手应持“故障”示意牌示意。裁判、技术人员等应及时予以解决。确因计算机软件或硬件故障,致使操作无法继续的,经裁判长同意,予以启用备用计算机。如遇身体不适,参赛选手应持“医务”示意牌示意,现场医务人员按应急预案救治。如有其它问题,参赛选手应持“咨询”示意牌示意,裁判应按照有关要求及时予以答疑。

6.比赛过程中选手不得随意离开工位,不得与其他参赛选手和人员交流。因故终止比赛或提前完成比赛任务需要离场,应报告现场裁判,在赛场记录表的相应栏目填写离场时间、离场原因并由现场裁判签名和选手签工位号确认,经裁判长同意后方可离开。

7.比赛过程中,严重违反赛场纪律影响他人比赛者,违反操作规程不听劝告者,越界影响他人者,有意损坏赛场设备或设施者,经现场裁判报告裁判长,经大赛组委会办公室同意后,由裁判长宣布取消其比赛资格。

(五) 离场规则

1. 比赛结束前 15 分钟,裁判长提示一次比赛剩余时间。
2. 比赛结束信号给出,由裁判长宣布终止比赛。
3. 裁判长宣布终止比赛时,选手应停止竞赛任务的操作,所有材料不需整理,不能带出赛场。
4. 裁判长宣布终止比赛后,现场裁判组织、监督选手退出工位,站在工位边的过道上。裁判长宣布离场时,现场裁判指挥选手统一离开赛场。
5. 参赛选手比赛中途不得擅自离开赛场;竞赛内容完成后经裁判长同意可离开赛场。

(六) 成绩评定与管理规则

1. 成绩管理的机构及分工

成绩管理机构由裁判组、监督组和仲裁组组成。裁判在大赛裁判库中随机抽取,监督组和仲裁组由大赛组委会办公室指派。

(1) 裁判组实行“裁判长负责制”,设裁判长 1 名,全面负责赛项的裁判分工、裁判评分审核、处理比赛中出现的争议问题等工作。

(2) 裁判员根据比赛需要分为检录裁判、加密裁判、现场裁判和评分裁判。

检录裁判：负责对参赛队伍（选手）进行点名登记、身份核对等工作；

加密裁判：负责组织参赛队伍（选手）抽签，对参赛队信息、抽签代码等进行加密；

现场裁判：按规定做好赛场记录，维护赛场纪律，协调、解决现场问题，警示、纠正、记录参赛队的违规行为；

评分裁判：负责对参赛队的方案策划成果及汇报按评分细则评定成绩。

(3) 监督组对裁判组的工作进行全程监督，并对竞赛成绩抽检复核。

(4) 仲裁组负责接受由参赛队领队提出的对裁判结果的申诉，组织复议并及时反馈复议结果。

表 4 裁判员组成与执裁资格要求

| 序号 | 裁判员类型 | 专业技术方向 | 知识能力要求 | 专业技术职称或职业资格等级 | 人数 |
|----------|-------|--------|-----------------------|----------------------|----|
| 1 | 加密裁判 | 市场营销 | 精通市场营销知识/技能，5 年以上从业经验 | 中级及以上专业技术职称 | 4 |
| 2 | 现场裁判 | 市场营销 | 精通市场营销知识/技能，5 年以上从业经验 | 副高及以上专业技术职称或高级技师职业资格 | 8 |
| 3 | 评分裁判 | 市场营销 | 精通市场营销知识/技能，5 年以上从业经验 | 副高及以上专业技术职称或高级技师职业资格 | 15 |
| 裁判总人数：27 | | | | | |

裁判员共安排 27 名，其中，加密裁判 4 人，现场裁判 8 人，评分裁判 15 人。

2. 成绩评定与结果公布

本赛项评分方法分为机考评分和结果评分，成绩评定过程中的所有评分材料须由相应评分裁判签字确认，更正成绩需经裁判本人、裁判长及监督仲裁组长在更正处签字。

将解密后的各参赛队伍（选手）成绩汇总成比赛成绩，经裁判长、监督仲裁组长签字，公示 2 小时且无异议后，公布比赛结果。

七、竞赛环境

(一) 竞赛场地。设在体育馆内或电脑机房，场地面积不少于 600 平方米、至少满足 80 个团队的竞赛环境。

(二) 赛位装备。赛场各赛位统一使用清晰的工位标识, 一个参赛队一个机位, 每个机位三台电脑, 其中一台备用, 两张桌子, 四把椅子(教师组两把椅子)。

(三) 赛场氛围。竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图, 营造竞赛氛围。

(四) 局域网络。采用星形网络拓扑结构, 安装千兆交换机, 网线与电源线隐蔽铺设。

(五) 电源要求。利用 UPS 防止现场因突然断电导致的系统数据丢失, 额定功率: 3KVA, 后备时间: 2 小时, 电池类型: 输出电压: 230V±5%V。

(六) 汇报场地。汇报场地设置汇报室、准备室至少各 2 间独立房间。汇报室配备多媒体设备及录音录像设备, 汇报录像实时同步至教师观摩室的屏幕。

八、技术规范

(一) 教学标准及教学要求

根据教育部发布的职业教育专业简介(2022 年修订)高职市场营销、工商企业管理、连锁经营与管理、商务管理、中小企业创业与经营等专业的主要专业能力要求和《市场营销基础》《消费者行为分析》《数字营销》《品牌策划与推广》《新媒体营销》《商务礼仪》《销售与管理》等核心课程的主要知识点、技能点设置竞赛内容。

(二) 国家标准或行业规范

《互联网营销师国家职业技能标准》(2021 年版)

职业编码: 4-01-02-07

《营销员职业技能等级标准》(2020 年版)

职业编码: 4-01-02-01

《1+X 数字营销技术应用职业技能等级标准》(2021 年 2.0 版)

标准代码: 530054

九、技术平台

表 5 技术平台

| 品 名 | 规格要求说明 |
|---------|---|
| 参赛选手计算机 | 配置要求：酷睿 I5 双核 3.0 以上 CPU；8G 以上内存；100G 以上硬盘；2G 显存以上独立显卡，千兆网卡。预装 Windows7 及以上操作系统；预装火狐、谷歌浏览器；预装 office2010 及以上版本；预装录屏软件；预装搜狗拼音、五笔、微软拼音等中文输入法和英文输入法。 |
| 竞赛平台 | 采用的竞赛平台紧跟数字经济背景下企业营销数字化转型新趋势，把真实的工作过程、项目任务和要求融入各个环节；对接高等职业教育专业教学标准，对应专业核心知识点、考核点以及涉及专业的核心能力。平台以职业需求为导向、以实践能力培养为重点，主要包括方案策划、情境营销、数字营销等重要工作任务，考查选手在产业转型升级和跨界融合发展环境下，应具备的市场调查与分析能力、目标市场选择与定位能力、目标受众分析与定位能力、竞争策略分析能力、营销策划能力、品牌传播能力、产品促销能力、客户服务能力、数据分析能力、成本核算与财务分析能力和团队合作能力。 |
| 现场布置 | 工位隔断、环境布置、桌椅等。 |
| 网络连接设备 | 提供网络布线、千兆交换机。 |
| 竞赛服务器 | 配置要求：英特尔至强 E5 系列 E5-2683 v4 十六核以上 CPU；16GB 以上内存；硬盘：500G 以上；转速：10000 RPM 或固态 P4510；千兆网卡。 预装 Windows Server 2008 R2 操作系统及 IIS 7.5；预装 Microsoft SQL Server 2008 数据库。 |

十、竞赛赛卷

(一) 本赛项赛卷由公开赛题和应变题组成, 赛前一个月发布公开赛题, 应变题不公开。

(二) 赛前完成三套公开赛卷命题, 正式比赛时抽取一套, 由专家组在抽取的赛卷上进行 30% 以内的应变题调整。”

十一、成绩评定

(一) 评分标准(学生组和教师组一致)

表 6 评分标准

| 模块 | 知识点/技能点 | 评分项 | | 评分细则 | 分值 | 评分方法 |
|------|---|----------|-------------|--|-------|------|
| 方案策划 | 知识点: 1. 品牌战略管理理论 2. 品牌延伸与发展理论 3. 品牌营销策略 4. 营销活动方案制定规范 5. 活动管控要求 6. 商业策划书撰写规范 7. 新媒体营销理论 8. 新媒体文案规范 9. 商业汇报 PPT 制作规范与要求 10. 商务礼仪与沟通 | 品牌战略规划方案 | 品牌成长总体规划 | 具有品牌成长总体规划, 明确品牌调性、产品定位、品牌发展阶段, 划分品牌阶段性战略目标。 | 5 分 | 结果评分 |
| | | | 产品及服务创新规划 | 具有产品及服务创新规划, 明确产品开发计划、产品与服务价格框架。 | | |
| | | | 市场拓展及销售提升规划 | 具有明确的市场拓展目标、整体销售目标和阶段性发展规划。 | | |
| | | | 品牌传播发展规划 | 明确传播发展目标、传播受众、媒体组合、阶段性核心传播活动计划。 | | |
| | 技能点: 1. 品牌战略规划 2. 品牌营销策略制定 3. 营销活动方案制定 4. 策划书撰写 5. 新媒体营销策划 6. 新媒体宣传文案设计与制作 | 营销活动策划方案 | 活动目标 | 活动目标符合 smart 原则。 | 5.5 分 | 结果评分 |
| | | | 活动受众 | 活动受众符合品牌和产品定位。 | | |
| | | | 活动主题 | 活动主题言简意赅, 具备吸引力, 子活动应有子主题。 | | |

| | | | | | | |
|--|------------------------------|---------|--------|--|------|------|
| | 7. 商业汇报 PPT 制作 8. 方案汇报与展示 | 案 | 活动内容 | 活动内容与活动主题相符，表述清楚明了。 | | |
| | | | 活动形式 | 活动形式符合所选的线上线下终端的特点。 | | |
| | | | 活动时间 | 活动时间设定合理。 | | |
| | | | 活动宣传 | 活动宣传媒体要包含新媒体等多种形式，媒体选择符合客群画像，媒体排期合理。 | | |
| | | | 活动预算 | 活动预算具体详细，并与活动目标匹配；预期效果包括定量和定性指标，并与活动目标匹配。 | | |
| | | | 活动管控要求 | 管控要求主要考查活动管控方案设计的合理性，包括管控人员、管控要点、管控节点、数据跟踪、考核总结。 | | |
| | | 新媒体宣传文案 | 标题 | 主要考查宣传文案标题撰写的规范性与吸引力。标题言简意赅，能吸引人点击，与正文内容及活动主题高度吻合。 | 10 分 | 结果评分 |
| | | | 正文 | 正文部分内容与标题、活动策划方案相吻合，包含品牌推广和产品促销内容。 | | |
| | | | | 文案结构合理，采用总分总结构、并列结构、递进结构或正反对比结构。 | | |
| | | | | 文案开头部分具有吸引力，能吸引人继续阅读。 | | |
| | | | | 文案采用图文混排的展现形式，字体、字号、颜色、图片排版美观。 | | |
| | | | | 文案图片选取恰当，能够与行文相辅相成。 | | |
| | | | | 文案内容描述逻辑清晰，重点突出。 | | |
| | | | | 尾文部分内容，能激发阅读者转发分享或点击购买的欲望。 | | |

| | | | | | | |
|------|--|----------|--|---|-------|------|
| | | | 封面 | 封面图片能反映商品或活动主题，具有吸引力。 | 9.5 分 | 结果评分 |
| | | 汇报展示 | 方案要求 | 方案需具有创新性和原创性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。方案应符合商业文案的撰写要求及规范，页面编排合理、美观，语句通顺，无错别字等。 | | |
| | | | PPT制作 | 主要考查PPT制作质量。页面布局合理，美观，图、文、表混排，文字、颜色符合基本审美。 | | |
| | | | 团队形象与配合 | 主要考查团队形象与团队合作能力。衣着整洁，举止文明，学生组 3-4 人、教师组 2 人完成陈述任务，配合默契，展示风格有特色。 | | |
| | | | 时间掌控与语言 | 主要考查时间管控能力与语言表达。普通话标准，声音洪亮，语速合理，在 10 分钟内完成陈述任务。 | | |
| 数字营销 | 知识点： 1. 用户画像分析方法 2. 数字营销渠道分类 3. 搜索引擎排名规则 4. 关键词优化方法 5. 搜索竞价广告排名与扣费规则 6. 关键词添加与出价原则 7. 关键词匹配方式 8. 创意编辑原则 9. 推荐引擎广告排名与扣费规则 10. 推荐引擎广告营销目标受众定向维度 11. 营销效果分析 | 推荐引擎营销效果 | 推荐引擎营销的营销效果反馈通过展现量、点击量和点击率反馈，展现量满分为 3 分、点击量满分为 5 分、点击率满分为 3 分。每个赛场根据各参赛队营销效果排序，展现量第一名的团队获得该项成绩的满分 3 分，按照名次递减 0.15 分，第二名 2.85 分，依此类推；点击量第一名获得该项成绩的满分 5 分，按照名次递减 0.25 分，第二名 4.75 分，依此类推；点击率第一名获得该项成绩的满分 3 分，按照名次递减 0.15 分，第二名 2.85 分，依此类推。 | | 11 分 | 机考评分 |
| | | 搜索引擎营销 | 搜索引擎营销的营销效果反馈通过展现量、点击量和点击率反馈，展现量满分为 3 分、点击量满分为 5 分、点击率满分为 3 分。 | | 11 分 | |

| | | | | | |
|------|--|----------|--|------|------|
| | 方法 技能点： <ol style="list-style-type: none"> 1. 用户画像及市场定位 2. 数字营销策略制定 3. 网页搜索排名分析 4. 搜索引擎数字营销实施 5. 推荐引擎数字营销实施 6. 数字营销效果分析及优化 | 销效果 | 每个赛场根据各参赛队营销效果排序，展现量第一名的团队获得该项成绩的满分 3 分，按照名次递减 0.15 分，第二名 2.85 分，依此类推；点击量第一名获得该项成绩的满分 5 分，按照名次递减 0.25 分，第二名 4.75 分，依此类推；点击率第一名获得该项成绩的满分 3 分，按照名次递减 0.15 分，第二名 2.85 分，依此类推。 | | |
| | | 搜索排名优化效果 | 搜索排名优化的效果通过 SEO 值反馈，每个赛场根据各队 SEO 值进行排序，SEO 值第一名获得该项成绩的满分 8 分，按照名次递减 0.4 分，第二名 7.6 分，依此类推。 | 8 分 | |
| 情境营销 | 知识点： <ol style="list-style-type: none"> 1. 4P、4C、4R 市场营销理论 2. 市场开拓的方法 3. 客户感知与客户满意度管理策略 4. 产品研发步骤 5. 产品定价方法 6. 用户分析与定位 7. 直销客户开发与项目投标 8. 产品批发销售方法 9. 订单管理与发货流程 10. 零售策略制定 11. 财务报表分析 技能点： <ol style="list-style-type: none"> 1. 市场开拓与推广 2. 客户满意度维护 3. 产品设计与开发 4. 直销与批发销售 5. 零售管理 6. 促销活动管理与投放 | 情境营销效果 | <p>全程录屏。每个赛场各参赛队独立经营一家企业，完成三个会计年度的情境营销活动，通过企业所有者权益、企业综合得分全面、综合衡量各参赛队的营销效果。营销效果=所有者权益*(1+企业综合总分/100)。中途破产的队伍按照破产先后顺序进行排序，如果在同一节点破产，则比较所有者权益。根据各参赛队营销效果排序，第一名 40 分，按照名次递减 2 分，第二名 38 分，依此类推。同时，裁判将审核录屏，一旦发现参赛团队有违规操作行为，则该模块记为 0 分。</p> | 40 分 | 机考评分 |

| | | | | | |
|--|----------------|--|--|--|--|
| | 7. 企业经营状况评估与分析 | | | | |
| | 8. 财务分析与管理 | | | | |

（二）评分方法

赛项评分方法包含机考评分和结果评分。

（三）成绩审核与产生

1. 按 100 分制计分，由高到低进行排名，如出现总成绩相同的情况，优先以情境营销成绩进行排名，若情境营销成绩仍相同则按照方案策划成绩进行排名。

2. 为保障成绩评判的准确性，监督仲裁组将对赛项总成绩排名前 30%的所有参赛队的成绩进行复核；对其余成绩进行抽检复核，抽检覆盖率不得低于 15%。如发现成绩错误以书面方式及时告知裁判长，由裁判长更正成绩并签字确认。复核、抽检错误率超过 5%的，裁判组将对所有成绩进行复核。

3. 最终成绩经复核无误，由加密裁判在监督员的监督下解密。解密后的各参赛队伍（选手）成绩汇总成比赛成绩，经裁判长、监督仲裁长签字，公示 2 小时且无异议后，公布比赛结果，将赛项总成绩最终结果录入赛务管理系统，经裁判长、监督仲裁长在系统导出成绩单上审核签字后，在闭赛式上宣布。

十二、奖项设定

（一）参赛选手奖

根据竞赛总成绩从高到低排序，按实际参赛队数/人数的 10%设一等奖、20%设二等奖、30%设三等奖”。

（二）指导教师奖

对获得一、二、三等奖选手的指导教师颁发指导教师奖。

十三、赛场预案

编制车辆安全措施应急预案、食品安全措施应急预案、火灾安全事故紧急处理预案、伤害事故紧急处理预案、设备事故紧急处理预案，电力供应事故紧急处理预案等。对处理各种可能出现的突发状况进行事先演练，确保赛项顺利进行。

（一）非正常停电

竞赛现场如出现突然非正常停电的，按下述步骤进行处理：

1.裁判员提示参赛选手，工作人员提示观摩人员要保持镇静，防止踩踏事件

发生。

2.裁判员提示参赛选手在电源保护装置的有效时间内备份计算机操作数据，并等候处理决定。

3.必要时，保卫人员开启安全通道，有序疏散现场人员离场。

4.裁判长视情况决定启动备用电源或延迟竞赛。

5.现场电力恢复后，由裁判组集体商定根据竞赛内容特点的不同可采用继续比赛、顺延比赛时间、重赛等处理办法。

（二）竞赛设备故障

竞赛过程中，如遇竞赛设备故障，按下列程序报告并处理：

1.参赛选手持“故障”示意牌示意，说明故障现象，裁判员、技术员等应及时予以解决。

2.确因设备无法继续操作，经由裁判员提出申请，报裁判长批准后，予以启用备用设备。

3.竞赛设置了关键节点的自动备份功能，裁判长根据实际情况授权工作人员恢复备份数据。

4.数据恢复正常后，由裁判组商定根据竞赛内容特点的不同可采用继续比赛、顺延比赛时间、重赛等处理办法。

（三）参赛选手发生意外受伤或急病等情况

应按下列步骤进行处理：

1.参赛选手持“医务”示意牌示意。

2.现场医务人员迅速到达现场，救治或急送最近医院进行救治。

（四）参赛现场出现暴力，人员拥堵，急性传染病人员进入等情况

参赛现场出现暴力，人员拥堵，急性传染病人员进入等情况，应按下述步骤进行处理：

1.有关人员迅速向赛项总指挥汇报，并由赛项总指挥向赛项执委会汇报，并由赛项执委会根据事态发展情况确定是否及时报告公安部门，公共卫生部门及医疗部门，在保证赛场内人员人生安全的原则下，尽量不扩大事态；

2.根据赛前制定的现场保卫人员的职责范围，以及突发情况应对的赛前演练安排，赛项保卫人员迅速就位，对赛场内除参赛队以外的其他人员进行有序疏散；

-
3. 人员疏散后进行现场清理，如消毒，找出突发事件隐患并进行处理等；
 4. 进行处理后，在保证参赛队员人身安全的前提下，继续有序组织竞赛。

（五）暴雨洪灾，火灾等事故

如遇暴雨洪灾，火灾等事故，应按下述步骤进行处理：

1. 赛项执委会负责与公安，医疗，气象，交通等部门取得联系，并根据情况确定是否继续竞赛；
2. 立即组织相关人员到现场，疏散人群，进行应急处理，如使用灭火装置灭掉明火等，必要时封存竞赛现场，停止竞赛；
3. 现场裁判做好参赛选手工作，工作人员做好观摩人员的思想工作，确保事态不人为扩张。

十四、赛项安全

赛项安全是技能竞赛一切工作顺利开展的先决条件，是赛项筹备和运行工作必须考虑的核心问题。采取切实有效措施保证大赛期间参赛选手、指导教师、裁判员、工作人员及观众的人身安全。

（一）比赛环境

在赛前组织专人对比赛现场、住宿场所和交通保障进行考察，并对安全工作提出明确要求。赛场的布置，赛场内的器材、设备，应符合国家有关安全规定。如有必要，也可进行赛场仿真模拟测试，以发现可能出现的问题。承办单位赛前须按照赛项规程要求排除安全隐患。

赛场周围要设立警戒线，防止无关人员进入发生意外事件。比赛现场内应参照相关职业岗位要求为选手提供必要的劳动保护。在具有危险性的操作环节，裁判员要严防选手出现错误操作。

承办单位应提供保证应急预案实施的条件。对于比赛内容涉及高空作业、可能有坠物、大用电量、易发生火灾等情况的赛项，必须明确制度和预案，并配备急救人员与设施。

承办单位制定开放赛场和体验区的人员疏导方案。赛场环境中存在人员密集、车流人流交错的区域，除了设置齐全的指示标志外，须增加引导人员，并开辟备用通道。

大赛期间，承办单位应在赛场管理的关键岗位增加力量并建立安全管理日志。

参赛选手进入工位、赛事裁判工作人员进入工作场所，严禁携带通讯、照相摄录设备，禁止携带记录用具。如确有需要，由赛场统一配置、统一管理。赛项可根据需要配置安检设备对进入赛场重要部位的人员进行安检。

（二）生活条件

比赛期间，统一安排参赛选手和指导教师食宿。承办单位须尊重少数民族的信仰及文化，根据国家相关的民族政策，安排好少数民族选手和教师的饮食起居。

比赛期间安排的住宿地应具有宾馆/住宿经营许可资质。以学校宿舍作为住宿地的，大赛期间的住宿、卫生、饮食安全等由提供宿舍的学校负责。

大赛期间承办单位须保障比赛期间选手、指导教师和裁判员、工作人员的交通安全。

各赛项的安全管理，除了可以采取必要的安全隔离措施外，应严格遵守国家相关法律法规，保护个人隐私和人身自由。

（三）参赛队责任

1. 各学校组织参赛队时，须安排为参赛选手、领队、指导教师等人员购买大赛期间的人身意外伤害保险。

2. 各学校参赛队组成后，须制定相关管理制度，并对所有选手、指导教师进行安全教育。

3. 各参赛队伍须加强对参与比赛人员的安全管理，实现与赛场安全管理的对接。

（四）应急处理

比赛期间发生意外事故，发现者应第一时间报告赛项专家组长，同时采取措施避免事态扩大，立即启动预案予以解决并报告组委会。赛项出现重大安全问题可以停赛，应向组委会报告详细情况。

（五）处罚措施

1. 因参赛队伍原因造成重大安全事故的，取消其获奖资格。

2. 参赛队伍有发生重大安全事故隐患，经赛场工作人员提示、警告无效的，可取消其继续比赛的资格。

3. 赛场工作人员违规，按照相应的制度追究责任。情节恶劣并造成重大安全事故的，由司法机关追究相应法律责任。

十五、竞赛须知

（一）参赛队须知

- 1.参赛队名称统一使用规定的代表队名称。
- 2.参赛队员在报名获得审核确认后，原则上不再更换，如筹备过程中，选手因故不能参赛，所在学校需出具书面说明并按相关规定补充人员并接受审核；竞赛开始后，参赛队不得更换参赛队员。参赛队员需要购买保险。
- 3.参赛队按照大赛赛程安排凭大赛组委会颁发的参赛证和有效身份证件参加比赛及相关活动。
- 4.各参赛队统一安排参加比赛前熟悉场地环境的活动。
- 5.各参赛队准时参加赛前领队会。
- 6.各参赛队要注意饮食卫生，防止食物中毒。
- 7.各参赛队要发扬良好道德风尚，听从指挥，服从裁判，不弄虚作假。

（二）指导老师须知

- 1.指导教师应该根据专业教学计划和赛项规程合理制定训练方案，认真指导选手训练，培养选手的综合职业能力和良好的职业素养，克服功利化思想。
- 2.指导教师应该根据赛项规程要求做好参赛选手保险办理工作，并积极做好选手的安全教育。
- 3.指导教师参加赛项观摩等活动，不得违反赛项规定进入赛场，干扰比赛正常进行。
- 4.指导教师应自觉遵守大赛各项制度，尊重专家、裁判、监督仲裁及工作人员。要引导和教育参赛选手对于认为有影响个人比赛成绩的裁判行为或设备故障，按照赛项指南规定和大赛制度与裁判、工作人员进行充分沟通或赛后提出申诉，不得在网络、微信群等各种媒体发表、传播有待核实信息和过激言论。对比赛过程中的争议问题，要按大赛制度规定程序处理，不得采取过激行为。

（三）参赛选手须知

- 1.参赛选手应当文明参赛，服从裁判统一指挥，尊重赛场工作人员，自觉维护赛场秩序。如参赛选手因对裁判不服从而停止比赛，则以弃权处理。
- 2.参赛选手应佩戴参赛证，带齐身份证、注册的学生证。进入赛场前须将手机等通讯工具交赛场相关人员保管，不能带入赛场。参赛选手须严格遵守竞赛规

程规定的安全操作流程，防止发生安全事故。

3.比赛过程中不准互相交谈，不得大声喧哗；不得有影响其他选手比赛的行为，不准有旁窥、夹带等作弊行为。参赛选手应该爱护赛场使用的设备、仪器等，不得人为损坏比赛所使用的仪器设备。

4.比赛过程中需要去洗手间，应报告现场裁判，由裁判或赛场工作人员陪同离开赛场。

5.参赛选手须严格按照规定时间进入候考区和比赛场地，不允许携带任何竞赛规程禁止使用的电子产品及通讯工具，以及其它与竞赛有关的资料和书籍，不得以任何方式泄露参赛院校、选手姓名等涉及竞赛场上应该保密的信息。

6.完成比赛任务后，需要在比赛结束前离开赛场，需向现场裁判示意，在赛场记录上填写离场时间并签工位号确认后，方可离开赛场到指定区域等候评分，离开赛场后不可再次进入。未完成比赛任务，因病或其他原因需要终止比赛离开赛场，需经裁判长同意，在赛场记录表的相应栏目填写离场原因、离场时间并签工位号确认后，方可离开；离开后，不能再次进入赛场。

7.遇突发事件，立即报告裁判和赛场工作人员，按赛场裁判和工作人员的指令行动。

8.参赛选手对于认为有影响个人比赛成绩的裁判行为或设备故障等，应向指导老师反映，由指导老师按大赛制度规定进行申诉。如对裁判员的执裁有异议，可在2小时内由领队向赛项仲裁组以书面形式提出申述。参赛选手不得利用比赛相关的微信群、QQ群发表虚假信息和不当言论。

（四）工作人员须知

1.工作人员必须服从赛项组委会统一指挥，佩戴工作人员标识，认真履行职责，做好服务赛场、服务选手的工作。

2.工作人员按照分工准时上岗，不得擅自离岗，应认真履行各自的工作职责，保证竞赛工作的顺利进行。

3.工作人员应在规定的区域内工作，未经许可，不得擅自进入竞赛场地。如需进场，需经过裁判长同意，核准证件，有裁判跟随入场。

4.如遇突发事件，须及时向裁判长报告，同时做好疏导工作，避免重大事故发生，确保竞赛圆满成功。

5.竞赛期间，工作人员不得干涉个人工作职责之外的事宜，不得利用工作之便，弄虚作假、徇私舞弊。如有上述现象或因工作不负责任的情况，造成竞赛程序无法继续进行，由赛项组委会视情节轻重，给予通报批评或停止工作，并通知其所在单位做出相应处理。

（五）裁判员须知

1.裁判员执裁前应参加培训，了解比赛任务及其要求、考核的知识与技能，认真学习评分标准，理解评分表各评价内容和标准。不参加培训的裁判员，取消执裁资格。

2.裁判员执裁期间，统一佩戴裁判员标识，举止文明礼貌，接受参赛人员的监督。

3.遵守执裁纪律，履行裁判职责，执行竞赛规则，信守裁判承诺书的各项承诺。服从赛项专家组和裁判长的领导。按照分工开展工作，始终坚守工作岗位，不得擅自离岗。

4.裁判员有维护赛场秩序、执行赛场纪律的责任，也有保证参赛选手安全的责任。时刻注意参赛选手操作安全的问题，制止违反安全操作的行为，防止安全事故的出现。

5.裁判员不得有任何影响参赛选手比赛的行为，不得向参赛选手暗示或解答与竞赛有关的问题，不得指导、帮助选手完成比赛任务。

6.公平公正的对待每一位参赛选手，不能有亲近与疏远、热情与冷淡差别。

7.选手有检查设备、更换元器件或零件、补充耗材的要求时应予以满足。对更换的元器件要与赛场技术人员一道进行检测，判断选手更换的元器件的情况；检查设备或更换元器件应在赛场记录表上记录更换元器件或补充耗材的名称与型号、要求更换到更换完毕的用时、要求更换的原因、对更换的元器件检测结果，并要求参赛选手签工位号确认。

8.赛场中选手出现的所有问题如：违反赛场纪律、违反安全操作规程、提前离开赛场等，都应在赛场记录表上记录，并要求学生签工位号确认。

9.严格执行竞赛项目评分标准，做到公平、公正、真实、准确，杜绝随意打分；对评分表的理解和宽严尺度把握有分歧时，请示裁判长解决。严禁利用工作之便，弄虚作假、徇私舞弊。

10.竞赛期间，因裁判人员工作不负责任，造成竞赛程序无法继续进行或评判结果不真实的情况，由赛项组委会视情节轻重，给予通报批评或停止裁判资格，并通知其所在单位做出相应处理。

十六、申诉与仲裁

（一）各参赛队对不符合赛项规程规定的设备、工具、材料、计算机软硬件、竞赛执裁、赛场管理及工作人员的不规范行为等，可向赛项仲裁组提出申诉。

（二）申诉主体为参赛队领队。

（三）申诉启动时，参赛队以该队领队签字同意的书面报告的形式递交赛项仲裁组。报告应对申诉事件的现象、发生时间、涉及人员、申诉依据等进行充分、实事求是的叙述。非书面申诉不予受理。

（四）提出申诉应在赛项比赛结束后 2 小时内提出。超过 2 小时不予受理。

（五）赛项仲裁组在接到申诉报告后的 2 小时内组织复议，并及时将复议结果以书面形式告知申诉方。申诉方对复议结果仍有异议，可由领队向大赛仲裁工作组提出申诉。大赛仲裁工作组的仲裁结果为最终结果。

（六）申诉方不得以任何理由拒绝接收仲裁结果；不得以任何理由采取过激行为扰乱赛场秩序。仲裁结果由申诉人签收，不能代收；如在约定时间和地点申诉人离开，视为自行放弃申诉。

（七）申诉方可随时提出放弃申诉。

十七、竞赛观摩

竞赛设定观摩区域和参观路线，向媒体、企业代表、院校师生及家长等社会公众开放，不允许有大声喧哗等影响参赛选手竞赛的行为发生。指导教师不能进入赛场内指导，可以在指定区域观摩，赛场外设立展览展示区域。

为保证大赛顺利进行，在观摩期间应遵循以下规则：

（一）除与竞赛直接有关工作人员、裁判员、参赛选手外，其余人员均为观摩观众。

（二）请勿在选手准备或比赛中交谈或欢呼；请勿对选手打手势，包括哑语沟通等明示、暗示行为，禁止鼓掌喝彩等发出声音的行为。

（三）请勿在观摩赛场地内使用相机、摄影机等一切对比赛正常进行造成干扰的带有闪光灯及快门音的设备。

（四）不得违反全国职业院校技能大赛规定的各项纪律。请站在规划的观摩席或者安全线以外观看比赛，并遵循赛场内工作人员和竞赛裁判人员的指挥，不得有围攻裁判员、选手或者其他工作人员的行为。

（五）请务必保持赛场清洁，将饮料食品包装及其他杂物扔进垃圾箱。

十八、竞赛直播

（一）赛场内部署录像设备，能实时录制赛场情况。

（二）在不影响比赛前提下，使用直播设备对比赛全过程进行网络直播。

十九、其他

（一）参赛选手及相关工作人员，由赛项承办院校赛统一安排食宿，费用自理。

（二）本技术文件的最终解释权归大赛组织委员会。