

2023年河北省职业院校学生技能大赛

高职组市场营销技能赛项规程

一、赛项名称

赛项名称：市场营销技能

赛项组别：高职组

二、竞赛目的

赛项坚持“以高水平赛事推动职业教育高质量发展”为主线，落实立德树人根本任务，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，全面培养德才兼备的高素质技术技能型市场营销专业人才。通过竞赛，考察参赛选手职业道德、职业素养和技术技能水平，展示职业教育改革成果，为各院校师生提供交流借鉴的平台，引领高职院校市场营销专业建设，以赛促教、以赛促学、以赛促改，深化三教改革，推进专业设置与产业需求对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接，提高市场营销专业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，进一步推进“岗课赛证”综合育人。

三、竞赛内容

本赛项通过考查参赛选手数字营销、方案策划、情境营销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、新媒体营销能力、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，同时，也对选手的沟通表达、礼仪规范等基本职业素质进行考查。在竞赛中，选手将会用到经济学基础、商品学基础、市场营销基础、市场调查与分析、消费者行为学、推销技术、品牌策划、新媒体营销、财务管理等课程的综合知识。

竞赛内容	分值	竞赛方式	竞赛时间
数字营销：各参赛团队在相同的市场环境下，结合给定的企业数据与市场数据，借助数字媒体平台进行品牌传播，增加网站曝光度，提升品牌认知度。	15分	4人分工合作	90分钟
方案策划：按题目要求撰写WORD文档、PPT文档和新媒体宣传文案。	35分	4人分工合作	90分钟
方案策划：按题目要求进行汇报展示。			每队10分钟
情境营销：各参赛队在同一个动态市场环境条件下，通过目标市场分析与选择、营销策略组合和财务报表分析，使企业的效益最大化。	50分	4人分工合作	300分钟

四、竞赛方式

本赛项为团体赛。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，不超过2名指导教师。

五、技术规范

教学标准：《高等职业学校市场营销专业教学标准》。

教学要求：围绕《国家高等职业教育市场营销专业教学资源库》中《营销策划》、《品牌策划与推广》、《市场营销技能大赛》、《市场营销基础》、《广告原理与实务》、《数字营销》、《新媒体营销》等核心课程的主要知识点、技能点设置竞赛内容。

行业规范：采用直销、批发、零售等常用的线上与线下营销方式。

六、技术平台

品名	规格要求说明
竞赛服务器	CPU: 2 颗 Quad Core(四核) 2.0G 以上; 内存: 8GB 以上; 硬盘: 500G 以上; 网卡: 千兆网卡; 操作系统: Windows Server2008 R2, 安装 IIS 7.0 及以上版本; 数据库: Microsoft SQL Server 2008 企业版。
参赛选手计算机	CPU: 酷睿 I5 双核 3.0 以上; 内存: 4G 以上; 硬盘: 500G 以上; 网卡: 千兆网卡; 操作系统: Microsoft Windows7 及以上操作系统, office 2010, Internet Explorer8.0、Firefox 浏览器、谷歌浏览器, 预装 qq 拼音、搜狗拼音、五笔、微软拼音等中文输入法和英文输入法, 预装录屏软件。
竞赛平台	采用由中教畅享(北京)科技有限公司开发的岗课赛证融通系统, 包括数字营销、新媒体文案编辑、情境营销等重要工作任务, 考察选手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、新媒体营销能力、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。
网络连接设备	提供网络布线、交换机。

七、成绩评定

1. 评分方法: 数字营销、情境营销评分方式为客观评分, 方案策划为主观评分。

2. 成绩产生方法: 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, 若情境营销成绩相同则按照数字营销成绩进行排名。

3. 成绩审核方法: 为保障成绩评判的准确性, 监督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。

4. 成绩公布方法：裁判员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、监督组签字后，公布比赛结果。

5. 评分标准

竞赛内容	评分标准		分值	
数字营销	<p>全程录屏。推荐引擎营销与搜索引擎营销的效果反馈均通过展现量、点击量和点击率，搜索排名优化的效果通过 SEO 值反馈。展现量满分 1.5 分、点击量满分 4.5 分、点击率满分 3 分、搜索排名优化得分满分 6 分，总分 15 分。每项效果最好的选手获得该项成绩的满分，其余选手以与该项第一名的比值作为权重进行加权计算，总分为四项成绩之和。</p> <p>具体计算为： 展现量的第一名的团队展现量得分 1.5 分，点击量的第一名团队点击得分 4.5 分，点击率的第一名团队点击得分 3 分，搜索排名优化 SEO 值的第一名团队搜索排名优化得分 6 分，其余名次参赛团队的展现量成绩=1.5 分*本参赛团队展现量/展现量第一名团队的展现量，点击量成绩=4.5 分*本参赛团队点击量/点击量第一名团队的点击量，点击率成绩=3 分*本参赛团队点击率/点击率第一名团队的点击率，搜索排名优化成绩=6 分*本参赛团队搜索排名优化 SEO 值/搜索排名优化 SEO 值第一名的 SEO 值。各参赛团队最终成绩=展现量成绩+点击量成绩+点击率成绩+搜索排名优化成绩。同时，裁判将审核录屏，一旦发现参赛团队有违规操作行为，则该项目记为 0 分。</p>		15 分	
方案策划	方案设计质量 (15 分)	市场分析	主要考察市场分析的全面性，包括市场形势、消费需求、竞争状况、企业自身资源情况的分析。	1 分
		营销策略	主要考察营销策略的合理性，包括整合营销活动的整体目标、策略和进度规划三项基本要素，目标与策略匹配，进度规划合理，逻辑清晰。	2 分
		活动方案	活动目标符合 smart 原则；	0.5 分
			活动主题与活动内容匹配，子活动有子主题；	0.5 分
			活动受众符合品牌和产品定位；	1 分
活动形式符合所选的线上线下终端的特点；	1 分			

			活动内容表述清楚了；	1分
			活动时间设定合理；	0.5分
			活动宣传媒体要包含新媒体等多种形式；	1分
			媒体选择符合客群画像，媒体排期合理；	1分
			活动预算具体详细，并与活动目标匹配；	0.5分
			预期效果包括定量和定性指标，并与活动目标匹配。	1分
		管控要求	主要考察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。	1分
		方案创新	主要考察活动方案的原创性，不可过多陈述企业现有的成就和做法。	2分
		文案排版	主要考察 Word 制作质量。页面编排合理、美观，符合商业文案的基本要求，语句通顺，无错别字等。	1分
	新媒体宣传文案质量 (10分)	标题	主要考察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。	2分
		正文	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。	1分
			文案开头部分具有吸引力，能吸引人继续阅读。	1分
			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。	1分
			文案图片选取恰当，能够与行文相辅相成。	1分
			文案内容描述逻辑清晰，重点突出。	1分
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			1分	
	尾文部分内容，能激发阅读者转发分享或点击购买的欲望。	1分		
封面	封面图片能反映商品或活动主题，具有吸引力。	1分		

	汇报 展示 水平 (10 分)	PPT 制作	主要考察 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。	4 分
		团队形象 与配合	主要考察团队形象与团队合作能力。衣着整洁, 尊重评委, 3-4 人完成陈述任务, 配合默契, 展示风格有特色。	3 分
		时间掌控 与语言	主要考察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。	3 分
情境营销	<p>全程录屏。每个赛场各队经营三个会计年度关帐后生成成绩, 成绩=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。根据各队成绩排序, 第一名 50 分, 按照名次递减 2 分, 第二名 48 分, 依次类推。同时, 裁判将审核录屏, 一旦发现参赛团队有违规操作行为, 则该项目记为 0 分。</p>			50 分