

目录

1. 项目简介	1
1.1 项目描述.....	1
1.2 竞赛目的.....	1
1.3 相关文件.....	1
2. 选手应具备的能力	2
3. 竞赛模块及命题方式	2
3.1 竞赛模块.....	2
3.2 模块简述.....	3
3.2.1 模块 A: 方案策划	3
3.2.2 模块 B: 数字营销	3
3.3 命题方式.....	3
3.4 命题方案.....	6
4. 评分规则	7
4.1 评价分（主观）	7
4.2 测量分（客观）	8
4.3 评分流程说明.....	8
5. 项目特别规定	8
6. 竞赛相关设施设备	8
6.1 场地设备工具.....	8
6.2 材料.....	9
6.3 决赛场地禁止自带使用的设备和材料.....	9
7. 健康和安 全.....	10
8. 开放赛场	10
9. 绿色环保	10

本项目技术描述是对本竞赛项目内容的框架性描述，正式比赛内容及要求以竞赛当日公布的赛题为准。

1. 项目简介

1.1 项目描述

本赛项主要包括方案策划、数字营销两个模块，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、制定数字营销策略、数字营销实施、市场推广与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、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、数据分析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、商务礼仪等课程的综合知识。本赛项为团体赛，每队4人。

1.2 竞赛目的

坚持立德树人根本任务，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，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（工商管理类）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。

1.3 相关文件

本项目技术工作文件只包含项目技术工作的相关信息。除阅读本文件外，开展本技能项目竞赛还需配合其他相关文件一同使用：

本次大赛全部为电脑操作，所有相关文件均在计算机上提供。

2. 选手应具备的能力

模块	能力描述
A	方案策划
	个人需要知道和理解： <ul style="list-style-type: none">• 市场分析• 品牌管理• 营销策划• 产品销售• 客户服务管理
	个人应能够： <ul style="list-style-type: none">• 行业调研、产品调研、竞争调研、用户调研• 购买者行为分析能力• 商务数据收集、分析、处理能力• 市场细化与目标市场选择能力• 报告撰写与演示能力
B	数字营销
	个人需要知道和理解： <ul style="list-style-type: none">• 品牌调研与分析• 品牌定位与设计• 数字营销策略制定• 数字营销实施• 营销企划
	个人应能够： <ul style="list-style-type: none">• 品牌播与推广的能力• 数字营销优化控制能力• 营销推广的能力

3. 竞赛模块及命题方式

3.1 竞赛模块

模块编号	模块名称	竞赛时间 min	分数		
			评价分	测量分	合计
A	方案策划	100	40		40
B	数字营销	180		60	60

总计		280			100
----	--	-----	--	--	-----

如选手决赛成绩出现同分情况的，按照模块 B 的顺序计算排名顺序。

3.2 模块简述

3.2.1 模块 A：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。

3.2.2 模块 B：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。

3.3 命题方式

本赛项为提前公布赛卷的项目。由裁判长根据本《比赛方案》的思路及内容独立负责赛卷的命题、印刷及保密工作，并于正式比赛前 4 周公布 3 套赛卷的部分赛题。最终比赛赛卷要求于比赛当日，经赛卷随机排序后，在现场由裁判长（或指定相关人员）抽取。

以下为本赛项各模块的评分标准：

模块	评分项	评分细则	分值	评分方式
方案策划	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。	7 分	评价评分
	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	明确传播发展目标、传播受众、		

		展规划	媒体组合、阶段性核心传播活动计划。			
	营销活动策划方案	活动目标	活动目标符合 smart 原则。	8分	评价评分	
		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。			
		活动内容	活动内容与活动主题相符，表述清楚明了。			
		活动时间	活动时间设定合理。			
		活动形式	活动形式符合所选的线上线下终端的特点。			
		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。	13分	评价评分	
		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、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。	12分	评价评分
			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。			
	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，3-4 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	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 6 分、点击量满分为 10 分、点击率满分为 6 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 6 分，按照名次递减 0.3 分，第二名 5.7 分，依此类推；点击量第一名获得该项成绩的满分 10 分，按照名次递减 0.5 分，第二名 9.5 分，依此类推；点击率第一名获得该项	22分	测量评分	

		成绩的满分 6 分，按照名次递减 0.3 分，第二名 5.7 分，依此类推。		
	搜索引擎营销效果	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 6 分、点击量满分为 10 分、点击率满分为 6 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 6 分，按照名次递减 0.3 分，第二名 5.7 分，依此类推；点击量第一名获得该项成绩的满分 10 分，按照名次递减 0.5 分，第二名 9.5 分，依此类推；点击率第一名获得该项成绩的满分 6 分，按照名次递减 0.3 分，第二名 5.7 分，依此类推。	22 分	测量评分
	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 16 分，按照名次递减 0.8 分，第二名 15.2 分，依此类推。	16 分	测量评分

3.4 命题方案

本赛项面向市场分析、营销策划、产品销售、客户管理、品牌管理、互联网营销等商贸流通企业（批发零售业）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、制定数字营销策略、数字营销实施、市场推广与控制等典型工作任务作为命题内容。

本次大赛的技术要求为：

方案策划：

（1）品牌战略规划方案撰写。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。

（2）营销活动策划方案撰写与汇报 PPT 制作。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。

(3) 新媒体营销。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。

(4) 方案汇报与展示。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。

数字营销：

(1) 用户画像与市场定位。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。

(2) 数字营销策略制定。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。

(3) 数字营销实施。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。

(4) 市场推广与控制。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，评估营销效果，辅助下一周期的数字营销策略的优化与实施。

赛题的结构分结合工作实际，将理论考核融入技能操作考核过程中，不单独设理论考核。

竞赛主办方将在规定的时间节点在官网上公布竞赛信息，及时组织赛题命题专家与参赛选手、教师就技术描述、赛题内容、组成结构等进行交流与答疑。

4. 评分规则

本次评分规则参照世界技能大赛评分规则执行。本项目评分标准为测量和评价两类。凡可采用客观数据表述的评判称为测量；凡需要采用主观描述进行的评判称为评价。

4.1 评价分（主观）

评价分（Judgement）打分方式：3 名裁判为一组，各自单独评分，计算出平均权重分，除以 3 后再乘以该子项的分值计算出实际得分。裁判相互间分差必须

小于等于 1 分，否则需要给出确切理由并在小组长或裁判长的监督下进行调分。

权重表如下：

权重分值	要求描述
0 分	各方面均低于行业标准，包括“未做尝试”
1 分	达到行业标准
2 分	达到行业标准，且某些方面超过标准
3 分	达到行业期待的优秀水平

4.2 测量分（客观）

测量分（Measurement）打分方式：按模块设置若干个评分组，每组由 2 名及以上裁判构成。每个组所有裁判一起商议，在对该选手在该项中的实际得分达成一致后最终只给出一个分值。若裁判数量较多，也可以另定分组模式。

4.3 评分流程说明

所有评分采用事后结果评分，如无特殊情况，当天进行的比赛需当天完成评分并统分。此次技能大赛采用由裁判长组织进行复核后并统分，然后由工作人员提交的方法。裁判长和督考同时对成绩复核，并将参赛选手成绩汇总，各裁判员最终确认后，成绩经裁判长和督考确认后当场密封公布。具体名次奖项由上海市教委统一发文。

5. 项目特别规定

(1) 赛题和配套文件的语种为汉语。

(2) 以下做法是属于技术违规的：使用自带的预制文件、配置文件以及其他存储设备。

(3) 技术违规的处罚规定：技术违规将取消本模块分。

6. 竞赛相关设施设备

6.1 场地设备工具

序号	主体设备名称	型号	单位	数量
1	参赛选手	配置要求：酷睿 I5 双核 3.0	台	每组 3 台

	计算机	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 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。		
2	竞赛平台	中教畅享“品牌策划与推广理实一体化软件”、“数字营销理实一体化软件”	套	1 套
3	现场布置	工位隔断、环境布置、桌椅等	套	每组 1 套
4	网络连接设备	提供网络布线、千兆交换机	套	每 10 组 1 套
4	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 或固态硬盘 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。	台	每 10 组 1 台

6.2 材料

序号	设备名称	型号	单位	数量
1	计算器	常规计算器	台	每组 1 台
2	草稿纸	常规 A4	张	每组 10 张
3	笔	黑色水笔	支	每组 2 支

6.3 决赛场地禁止自带使用的设备和材料

序号	设备和材料名称
1	通讯、照相摄录设
2	存储和设备
3	记录用具

7. 健康和安

(1) 成立安全用电保障工作小组，保证比赛期间电力供应正常，及出现异常情况时及时解决问题。

(2) 赛场提供应急医疗措施和消防措施。设置医护人员的专线联系，确定对方联系人，由赛场安全负责人对口联系。

(3) 赛场至少提供 2 套备用设备，预防比赛过程中可能出现的技术故障。

(4) 各参赛队伍须加强对参与比赛人员的安全管理及教育，实现与赛场安全管理的对接。

(5) 参赛选手进入赛位、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。

(6) 为切实推进与落实疫情防控常态化条件下高职赛项组织工作，确保参赛师生生命安全与身体健康。

8. 开放赛场

(1) 由于赛项特点及赛场条件限制，本赛项不设置现场观摩环节。

(2) 新闻媒体等进入赛场必须经过大赛组织方允许，由专人陪同并听从现场工作人员的安排和管理，不能影响比赛进行。

(3) 摄影摄像工作人员及其他人员必经大赛组织方允许方可进入赛场，且应听从现场工作人员的安排和管理，不能影响赛事的正常进行。

9. 绿色环保

环境整洁卫生，体现绿色环保，严格遵守竞赛规则，提高安全意识和卫生意识，严格遵守职业规范。

所有竞赛相关人员必须保持场地整洁。走廊、楼梯、紧急疏散通道、灭火器及其他救生设备周边必须保持畅通无障碍，竞赛结束后，选手要整理好竞赛工位的卫生，赛场保洁人员要保障赛场整体的环境卫生，体现安全、整洁、有序，将垃圾分类处理。将废弃物降至最低水平，多余废弃耗材等要放入到指定垃圾桶内。