第十六届山东省职业院校技能大赛

高职组“市场营销”赛项规程

一、赛项名称

赛项名称：市场营销

赛项组别：高职组

专业类别：财经商贸大类

二、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，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。

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% | 4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% | 4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市场营销活动，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% | 4人分工合作 |

**（二）赛项模块详细内容介绍**

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** | **任务 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。  **任务 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。  **任务 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。  **任务 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。 | 100分钟 | 30 |
| **模块二** | **数字营销** | **任务 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。  **任务 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。  **任务 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。  **任务 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。 | 180分钟 | 30 |
| **模块三** | **情境营销** | **任务 1：市场调研与数据分析**  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。  **任务 2：客户满意度管理**  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。  **任务 3：产品设计与开发**  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。  **任务 4：销售管理**  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。  **任务 5：经营核算与成本控制**  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，完成当期经营核算与成本控制，并制定下一步营销策略。 | 300分钟 | 40 |

1. 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。

参赛选手须为高等职业学校（含本科职业院校）全日制在籍学生或五年制高职四、五年级学生或技师学院相关年级全日制在籍学生。参赛资格以报名时所具有的在校学籍为准。凡在往届全国、全省职业院校技能大赛中获一等奖的选手，不得再参加同一项目相同组别的比赛。指导教师须为本校专兼职教师，指导教师负责参赛选手的报名、训练指导、服务以及比赛期间参赛选手的日常管理等。

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** | 8:00-13:00 | 参赛队报到，安排住宿，领取资料 | 工作人员、参赛队 | 住宿酒店 |
| 14:30-15:00 | 大赛开幕式 | 领导、嘉宾、裁判、各参赛队 | 永怀报告厅 |
| 15:00-15:45 | 领队会议 | 各参赛队领队 | 永怀报告厅 |
| 15:45-16:30 | 熟悉赛场 | 赛场技术人员、各参赛队 | 竞赛场地 |
| **竞赛第一日** | 7:40 | 参赛队从住宿酒店前往赛场 | 各参赛队 | 住宿酒店、竞赛场地前 |
| 8:00-8:40 | 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 |
| 8:40-9:00 | 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 |
| 9:10-12:10 | 数字营销 | 参赛选手、裁判 | 竞赛场地 |
| 12:10-13:00 | 午餐 | 参赛选手、裁判、工作人员 |  |
| 13:00-14:30 | 方案策划撰写 | 参赛选手、裁判 | 竞赛场地 |
| 15:00-20:00 | 方案策划汇报展示 | 参赛选手、裁判 | 竞赛场地 |
| **竞赛第二日** | 7:30 | 参赛队从住宿酒店前往赛场 | 各参赛队 | 住宿酒店、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（抽赛位号） | 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 |
| 17:50 | 各参赛队入场 | 各参赛队 | 永怀报告厅 |
| 18:00-19:00 | 闭赛式 | 领导、嘉宾、裁判长、  裁判、各参赛队 | 永怀报告厅 |

检录

一次抽签加密

确定参赛编号

二次抽签加密

确定赛位号

竞赛

成绩评定与复核

加密信息解密

**图1：竞赛流程图**

六、竞赛命题

本赛项包括数字营销、方案策划和情境营销三个模块，于竞赛前25日公布5套赛卷,发布在“山东省职业院校技能大赛网：<http://sdskills.sdei.edu.cn/>”。比赛当天经赛卷随机排序后，在现场监督人员监督下，由裁判长指定相关人员抽取。

七、竞赛规则

**（一）报名资格**

参赛选手报名资格（按照《山东省教育厅等4部门关于举办第十六届山东省职业院校技能大赛的通知》（鲁教职函〔2023〕47号）规定）有关要求执行。

**（二）报名要求**

参赛选手和指导教师报名获得确认后不得随意更换。如比赛前参赛选手和指导教师因故无法参赛，须由参赛院校于开赛前 10 个工作日内出具书面说明，经大赛执委会办公室核实后予以更换；团体赛选手因特殊原因不能参加比赛时，由大赛执委会办公室根据赛项的特点决定是否可进行缺员比赛，并上报大赛执委会备案。如发现未经报备，实际参赛选手与报名信息不符的情况，均不得入场。

**（三）熟悉赛场**

比赛日前一天下午15:45-16:30开放赛场，参赛队熟悉场地。

**（四）正式比赛**

1. 入场规则

选手入场时，逐个核查竞赛选手参赛号，对于选手携带的个人身份证件统一保管，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。

2. 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。

（4）宣布开始。由裁判长宣布比赛开始，各参赛队开始竞赛。

（5）比赛现场问题处理。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。

3. 离场规则

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。

**（五）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。记分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、监督仲裁组长签字后，公布比赛结果。

八、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 60 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，一张桌子，四把椅子。

**（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。采用独立网络环境，不连接 INTERNET，禁止外部电脑接入。

**（五）安全保障**

采用统一的杀毒软件对服务器进行防毒保护。屏蔽竞赛现场使用的电脑USB接口。部署具有网络管理、账号管理和日志管理功能的综合监控系统。

**（六）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**

汇报场地设置至少2 间独立房间作为汇报室，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。

九、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

十、技术平台

**（一）技术支持**

中教畅享（北京）科技有限公司。

**（二）技术平台**

**表4 技术平台**

|  |  |
| --- | --- |
| **品名** | **规格要求说明** |
| **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。 |
| **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 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。 |
| **网络连接设备** | 提供网络布线、千兆交换机。 |

十一、成绩评定

**（一）裁判员人数和组成要求**

本赛项裁判组设裁判18人，其中加密裁判2人，现场裁判6人，评分裁判10人，加密裁判不得参与评分工作。

**表5 裁判员组成要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **专业技术方向** | **知识能力要求** | **执裁、教学、工作经历** | **专业技术职称（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 | 市场营销类专业教学、执裁经历 | 中级及以上专业技术职称 | 2 |
| 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 | 市场营销类专业教学、执裁经历 | 副高及以上专业技术职称或高级技师职业资格 | 6 |
| 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 | 市场营销类专业教学、执裁经历 | 副高及以上专业技术职称或高级技师职业资格 | 10 |
| 裁判总人数 | 18 | | | | |

**（二）裁判评分方法**

评分方式为机考评分与结果评分。数字营销、情境营销评分方式为机考评分，方案策划为结果评分。

**（三）成绩产生方法**

按百分制计分，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。

**（四）成绩审核方法**

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。

**（五）成绩公布方法**

记分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、监督仲裁长签字后，公布比赛结果，经裁判长、监督仲裁长在成绩单上审核签字后，在闭赛式上宣布。

**（六）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  **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  7.商业汇报 PPT 制作  8.方案汇报与展示 | 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。 |
| 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。 |
| 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。 |
| 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。 | 9.5分 | 结果评分 |
| 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** | **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.营销效果分析方法  **技能点：**  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 | 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  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 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 |
| 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：**  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：**  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  7.企业经营状况评估与分析  8.财务分析与管理 | 情  境  营  销  效  果 | 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。 | | 40分 | 机考评分 |

十二、赛场预案

**（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。

十三、申诉与仲裁

大赛采取二级仲裁机制。各赛项设赛项仲裁工作组，大赛执委会设仲裁委员会。各参赛队对不符合大赛和赛项规程规定的仪器、设备、工装、材料、物件、计算机软硬件、竞赛使用工具、用品，竞赛执裁、赛场管理，以及工作人员的不规范行为等，可向赛项仲裁工作组提出申诉。申诉主体为参赛队领队。申诉启动时，领队向赛项仲裁工作组递交亲笔签字同意的书面申诉报告。申诉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。

提出申诉的时间应在竞赛结束后（选手赛场竞赛内容全部完成）2小时内，超过时效不予受理。赛项仲裁工作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，可由市（高职院校）领队向仲裁委员会提出申诉。仲裁委员会的仲裁结果为最终结果。申诉方可随时提出放弃申诉。

十四、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：

1.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。

2.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。

3.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。

4.不得违反山东省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。

5.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。

十五、竞赛直播

本赛项在赛场内部署录像设备，能实时录制赛场情况，同时，在不影响比赛的前提下，除抽签加密外，对比赛全过程、全方位进行网络直播并安排比赛直播观摩室。

十六、竞赛须知

**（一）参赛队须知**

1.参赛队名称统一使用规定的地区代表队名称，不接受跨校组队报名。

2.参赛队按照大赛赛程安排，凭有效身份证件参加比赛及相关活动。

3.参赛队员需要购买保险。

**（二）指导教师须知**

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。

3.参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。

4.参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。

5.参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。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.工作人员须统一佩戴由大赛组委会签发的相应证件，着装整齐。

2.工作人员不得影响参赛选手比赛，不允许有影响比赛公平行为。

3.服从领导，听从指挥，以高度负责的精神、严肃认真的态度做好各项工作。

4.熟悉比赛规程，认真遵守各项比赛规则和工作要求。

5.坚守岗位，如有急事需要离开岗位时，应经领导同意，并做好工作衔接。

6.严格遵守比赛纪律，如发现其他人员有违反比赛纪律的行为，应予以制止。情节严重的，应向竞赛组委会反映。

7.发扬无私奉献和团结协作的精神，提供热情、优质服务。