

附件 3:

2024 年浙江省职业院校技能大赛高职组

“市场营销”赛项评分标准

模块	知识点/技能点	评分项	评分细则	分值	评分方法
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	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	11 分		

	<p>技能点:</p> <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 		<p>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。</p>		
		<p>搜索排名优化效果</p>	<p>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。</p>	<p>8分</p>	
<p>情境营销</p>	<p>知识点:</p> <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 	<p>情境营销效果</p>	<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</p>	<p>40分</p>	<p>机考评分</p>

	<p>位</p> <p>7. 直销客户开发与项目投标</p> <p>8. 产品批发销售方法</p> <p>9. 订单管理与发货流程</p> <p>10. 零售策略制定</p> <p>11. 财务报表分析</p> <p>技能点:</p> <p>1. 市场开拓与推广</p> <p>2. 客户满意度维护</p> <p>3. 产品设计与开发</p> <p>4. 直销与批发销售</p> <p>5. 零售管理</p> <p>6. 促销活动管理与投放</p> <p>7. 企业经营状况评估与分析</p> <p>8. 财务分析与管</p> <p>理</p>			<p>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>		
方案策划	<p>知识点:</p> <p>1. 品牌战略管理</p>	品 牌	品 牌 成 长	具有品牌成长总体规划，明确品牌调性、产品定位、品	5 分	结果 评分

<p>理论</p> <p>2. 品牌延伸与发展理论</p> <p>3. 品牌营销策略</p> <p>4. 营销活动方案制定规范</p> <p>5. 活动管控要求</p> <p>6. 商业策划书撰写规范</p> <p>7. 新媒体营销理论</p> <p>8. 新媒体文案规范</p> <p>9. 商业汇报 PPT 制作规范与要求</p> <p>10. 商务礼仪与沟通</p> <p>技能点:</p> <p>1. 品牌战略规划</p> <p>2. 品牌营销策略制定</p> <p>3. 营销活动方案制定</p> <p>4. 策划书撰写</p> <p>5. 新媒体营销策划</p> <p>6. 新媒体宣传文案设计与制作</p> <p>7. 商业汇报 PPT</p>	战	总体	牌发展阶段，划分品牌阶段性战略目标。	5.5	结果评分	
		规划	产品			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。
		方案	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。
	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	活动	活动目标			活动目标符合 smart 原则。
		销	活动受众			活动受众符合品牌和产品定位。
		活	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。
		动	活动内容			活动内容与活动主题相符，表述清楚明了。
		策	活动形式			活动形式符合所选的线上线下终端的特点。
		划	活动时间			活动时间设定合理。
方						

制作 8. 方案汇报与展示		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。		