

第十七届山东省职业院校技能大赛

高职组“电子商务”赛项规程

一、赛项名称

赛项名称：电子商务

赛项组别：高职组

专业类别：财经商贸大类

二、竞赛目的

高职电子商务赛项（以下简称“本赛项”）对接新技术背景下电子商务数字化转型升级新趋势，以培养优秀财经商贸人才、服务电子商务行业人才需求为出发点，贯彻党的二十大“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合”、“推动货物贸易优化升级，创新服务贸易发展机制，发展数字贸易，加快建设贸易强国”等精神。坚持国家“十四五”规划中提出的“鼓励商贸流通业态与模式创新，推进数字化智能化改造和跨界融合，线上线下全渠道满足消费需求”、“培育新型消费，发展信息消费、数字消费”等方针政策，深入贯彻国家发展数字经济、建设数字中国的总体要求，实现促进中国电子商务行业持续健康发展。

本赛项遵循公开、公平、公正、公益的原则，坚持“以高水平赛事推动职业教育高质量发展”为主线，对接产业前沿技术和国家职业标准，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，全面考察参赛选手的职业道德、职业素养和技术技能水平，展示职业教育改革成果，引领职业院校专业建设，以赛促教、以赛促学、以赛促改，深化“三教改革”，推动电子商务从业人员整体水平的提升，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

本赛项按照国家“十四五”电子商务发展规划中提出的“深化创新驱动，塑造高质量电子商务产业”、“推进商产融合，助力产业数字化转型”、“引领消费升级，培育高品质数字生活”等主张，不断深入贯彻落实党中央、国务院关于发展数字经济、建设数字中国的总体要求。面向电商产品开发、视觉营销设计、短视频剪辑与制作、网店运营、互联网营销、全渠道营销等岗位（群），以市场需求挖掘、数据化选品、产品供应渠道评估、产品发布渠道测试、网店首页视觉营销设计、产品主图视频编辑与制作、产品详情页视觉营销设计、网店营销方案制定、网店运营推广、网店运营数据分析与应用等典型工作任务的完成质量以及职业素养作为竞赛内容，全面考察参赛选手的数据分析、产品开发、视觉营销、营销策划、网络营销、数据化运营等专业核心能力以及创新意识、规范意识、风险意识、团队协作意识等职业素养。

具体的竞赛内容结构、成绩比例，如下表所示：

表 1 竞赛内容、成绩比例

模块	竞赛内容	成绩比例
电商产品开发	根据对市场数据的分析，挖掘市场需求，明确目标客户画像及市场定位，制定互联网产品规划和开发方案，完成数据化选品，并对产品渠道进行评估测试，合理选择产品供应及发布渠道，提高产品竞争优势。	20%
视觉营销	根据网店营销需求及产品定位，结合目标客户特征，分析标志、色彩、字体等视觉传达元素，对网店首页、产品主图视频、产品详情页进行视觉营销设计，增加网店页面访问深度，提高产品转化率。	30%

<p>网店营销与运营推广</p>	<p>根据网店运营目标及运营现状，结合不同营销方式的特点，制定网店营销方案，依托营销方案，制定并实施不同运营阶段的营销推广策略，用以保证每个运营周期内网店营销与运营推广工作的顺利进行，提高各个运营周期网店及产品的曝光量和点击量，提升引流转化能力，并在运营过程中对每个运营周期的推广及运营数据进行分析诊断，据此不断优化网店营销方案，持续提高网店竞争力及盈利能力。</p>	<p>50%</p>
------------------	--	------------

（二）赛项模块详细内容说明

本赛项主要包括 3 个模块，涵盖 10 个子任务，主要内容、比赛时长及分值如下表所示：

表 2 赛项模块主要内容、比赛时长及分值

模块		主要内容	比赛时长	分值
模块一	电商产品开发	<p>任务 1：市场需求挖掘 根据市场数据，结合网店定位，对目标市场中的客户画像及竞争对手进行分析，明确市场需求及产品定位，为产品规划和开发提供依据。</p> <p>任务 2：数据化选品 根据市场需求及产品定位，明确产品规划和开发需求，对目标产品的生命周期、产品投资回报率等进行分析，并完成数据化选品。</p> <p>任务 3：产品供应渠道评估 根据供应渠道数据，建立产品供应渠道评估标准并进行评估，根据评估结果，遵照选择标准，选择合适的供应渠道，提升产品竞争优势。</p> <p>任务 4：产品发布渠道测试 根据产品发布渠道数据，建立产品发布渠道测试标准，根据测试结果，遵照选择标准，选择合适的产品发布渠道并完成产品发布。</p>	90 分钟	20 分
模块二	视觉营销	<p>任务 1：网店首页视觉营销设计 根据网店营销需求及产品定位，结合给定的设计素材，遵照图片设计规范及平台规则，完成网店首页视觉营销设计，增加页面访问深度。</p> <p>任务 2：产品主图视频编辑与制作 根据网店营销需求及产品定位，结合给定的设计素材，遵照产品主图视频设计规范及平台规则，策划产品主图视频展示内容，完成产品主图视频编辑与制作。</p> <p>任务 3：产品详情页视觉营销设计 根据网店营销需求及产品定位，结合给定的设计素材，遵照图片设计规范及平台规则，提炼产品卖点，设置产品基本信息，完成产品详情页视觉营销设计，提高产品转化率。</p>	150 分钟	30 分

模块三	网店营销与运营推广	<p>任务 1：网店营销方案制定 根据网店运营目标及运营现状，从产品运营、流量获取、营销转化等角度制定网店营销方案，用以保证不同运营周期内网店营销与运营推广工作的顺利进行，进一步提高网店及产品的曝光量和点击量。</p> <p>任务 2：网店运营推广 根据网店运营目标及运营现状，遵照网店营销方案，在多个运营周期内，完成产品品类管理、站内站外推广、营销策划等任务，全面提升各个运营周期的引流转化能力。</p> <p>任务 3：网店运营数据分析与应用 根据网店运营目标及运营现状，对不同运营周期内的销售数据、财务数据、竞争数据等进行分析诊断，并据此优化网店营销方案，不断提高网店竞争力及持续盈利能力。</p>	300 分钟	50 分
-----	-----------	---	--------	------

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至五年级学生。技师学院相关年级全日制在籍学生参加高职组比赛。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，比赛期间参赛选手的日常管理等。

五、竞赛流程

(一) 竞赛日程、场次与过程

表3 竞赛日程表

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
	14:15	参赛队集中乘车前往学校		
	14:30~15:30	大赛开赛式、领队会议	领导、嘉宾、裁判、各参赛队	报告厅
	15:30~16:20	熟悉赛场	赛场技术人员、各参赛队	竞赛场地
	16:20	各队返回住宿酒店		
竞赛第一日	7:30	参赛队住宿酒店门口集合, 集体乘车前往赛场	各参赛队	住宿酒店
	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
	8:40~9:20	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
	9:30~12:00	视觉营销	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	
	13:00~14:30	电商产品开发	参赛选手、裁判	竞赛场地
	14:30	各队返回住宿酒店	各参赛队	酒店
竞赛第二日	7:30	参赛队住宿酒店门口集合, 集体乘车前往赛场	各参赛队	住宿酒店
	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	网店营销与运营推广		竞赛场地

		参赛选手、裁判	
12:00~13:00	午餐	参赛选手、裁判 工作人员	
13:00~15:00	网店营销与运营推广	参赛选手、裁判	竞赛场地
15:00	各队返回酒店		
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	各队返回住宿酒店	各参赛队	酒店
返程日	9:00	所有参赛队返程	

(二) 竞赛流程图



图 1 竞赛流程图

六、竞赛命题

本赛项于开赛前一个月左右公布 9 套赛卷，发布在“山东省职业院校技能大赛网：<http://sdskills.sdei.edu.cn/>”，正式赛卷于比赛当日，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。竞赛样题示例如下：

（一）电商产品开发

1. 赛题立意

产品是企业发展的基石，精准挖掘市场需求，为客户提供高质量的产品，是企业持续盈利的重要保障，也是电商产品开发从业人员的必备技能。本模块竞赛内容及时纳入产业发展的新动向、新技术、新工艺、新规范，与行业、企业对电商产品开发相关岗位的技能要求高度匹配。面向电商产品开发相关岗位（群），以市场需求挖掘、数据化选品、产品供应渠道评估、产品发布渠道测试等典型工作任务作为竞赛内容，重点考察参赛选手的市场需求挖掘、电商产品开发等专业核心能力以及创新意识、合规意识、团队协作意识等职业素养。

本模块所有任务均在竞赛平台创设的情境及构建的电商产品开发环境中完成，赛题类型均为操作题，任务设计对标电商产品开发的行业标准及行业规范，采用机考评分方式进行评分。

2. 情境创设

星界科技是一家数码企业，主营手机、相机、电脑等数码产品，拥有多家线下实体门店。因业务发展需要，计划开设一家网店，主要销售数码产品及其相关配件。请根据对市场数据的分析，挖掘市场需求，明确目标客户画像及市场定位，制定互联网产品规划和开发方案，完成数据化选品，并对产品渠道进行评估测试，合理选择产品供应及发布渠道，提高产品竞争优势。

3. 任务设计

本竞赛模块部分样题，如下所示：

样题：数据化选品

通过对市场需求及目标客户画像进行分析，明确产品定位之后，产品部决定针对 20-25 岁的年轻女性开发一款手机壳。由于不同客户对手机壳的材质、颜色、重量、价格等属性的需求不同，为了降低产品开发风险，增加投资收益，需要对不同款式手机壳的生命周期与投资回报率等数据进行分析，评估产品开发的可行性，合理选择产品。部分背景数据如下所示：

表 4 不同款式手机壳的产品信息

产品	材质	重量	产品特点	销售价格	配送周期	产品评价
手机壳 1	玻璃材质	140g	防摔、光滑	39.9 元	3 天	4.9 分

手机壳 2	塑料材质	120g	防摔、轻薄	19.9 元	2 天	3.6 分
手机壳 3	金属材质	180g	防摔、耐用	26.9 元	2 天	4.0 分
手机壳 4	皮革材质	160g	防摔、高级	99.0 元	5 天	4.8 分

表 5 不同款式手机壳的市场需求量

单位：个

产品	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
手机壳 1	100	150	120	180	190	220	260	280
手机壳 2	190	220	250	280	320	300	290	280
手机壳 3	130	160	180	190	200	240	280	320
手机壳 4	460	420	400	380	320	300	270	240

具体任务要求如下：

- (1) 根据市场需求及产品定位，明确产品规划和开发需求；
- (2) 根据市场数据，对目标产品的生命周期进行分析，明确目标产品所处阶段；
- (3) 根据市场数据，对目标产品的投资回报率进行分析，评估目标产品开发的可行性；
- (4) 根据产品的生命周期和投资回报率的分析结果，合理选择产品。

(二) 视觉营销

1. 赛题立意

视觉营销的目的是“让人来、让人买”，网店页面的视觉效果会直接影响客户的消费行为，从而影响产品转化，如何通过视觉信息传达产生商业价值是视觉营销从业人员的必备技能。本模块竞赛内容及时纳入产业发展的新动向、新技术、新工艺、新规范，与行业、企业对视觉营销设计相关岗位的技能要求高度匹配，面向视觉营销设计、短视频剪辑与制作等相关岗位（群），以网店首页视觉营销设计、产品主图视频编辑与制作、产品详情页视觉营销设计等典型工作任务作为竞赛内容，重点考察参赛选手的网店页面设计、短视频剪辑等专业核心能力以及美学意识、版权意识、合规意识、团队协作意识等职业素养。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要
下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/278011030104007004>