

2013-2015 年全国职业院校技能大赛 比赛项目方案申报书

类别（国赛新项目）

申报单位：全国商业职业教育教学指导委员会

拟举办年份：2014 年-2015 年

方案申报负责人：王茹芹

电话：010-

手机：1360

邮件：

通讯地址：北京市通州区北关大街 88 号

邮政编码：101101

申报时间：2013 年 10 月 28 日

1. 赛项名称

市场营销技能



2. 赛项组别

高职组

3. 所属产业类型

商业

4. 在现行中职（或高职）专业目录中的分类（全称）

市场营销二级类专业：市场营销专业、营销与策划专业、市场开发与营销专业

5. 赛项方案设计团队构成

赛项设计团队行业专家4人、企业专家3人、职业院校专家3人，共10人组成的专家团队构成，成员比例分别为40%、30%、30%。

序号	姓名	单位	年龄	职称	职务	工作任务	联系方式
1	孙元勋	商务部人事司			巡视员	总体设计	

		全国商业职业教育 教学指导委员会			主任		
2	王茹芹	全国商业职业教育 教学指导委员会 中国商业史学会		教授	副主任、 秘书长 会长	总体设计	
3	郭戈平	中国连锁经营协会			会长	总体设计	
4	刘建沪	中国商业联合会			副会长	总体设计	
5	张曼	沃尔玛中国公司			人力资源 部经理	竞赛内容 设计	
6	张春荣	王府井商学院			院长	竞赛内容 设计	
7	马广水	全国商业职业教育 教学指导委员会 市场营销专业教学 指导委员会 山东商业职业技术 学院		研究 院	委员 主任 党委书记	竞赛场 地、设施 设备准备 及竞赛后 勤保障	
8	杜明汉	全国商业职业教育 教学指导委员会 市场营销专业教学 指导委员会 山西金融职业学院		教授	委员 副主任 院长	竞赛内容 设计	
9	李宇红	全国商业职业教育 教学指导委员会 市场营销专业教学 指导委员会 北京联合大学应用 科技学院		教授	委员 副主任 副院长	竞赛内容 设计	
10	黄学全	中教畅享（北京） 科技有限公司			总经理	竞赛软件 平台设计 与开发	

6. 赛项目的

大赛以落实教育部关于加快现代服务业紧缺人才培养为宗旨,为了提升全国商业职业教育服务商业发展能力,集中建设市场营销技能教育特色,搭建学生通向就业岗位的多类型、多形式的展示平台。将市场营销专业的核心技能:商务礼仪、推销洽谈技能、客户异议处理技能、市场调研与分析技能、目标市场选择与定位技能、营销组合设计技能、盈亏核算技能作为赛点,全方位“以赛代训、以赛促教”。大赛展示了参赛选手在组织管理、团队合作、创新思维等方面的职业素养,为各院校师生提供了交流借鉴的平台,促进了职业院校相关专业的教育教

学改革。

7. 赛项意义与设计原则

1) 赛项意义

(1) 帮助小微企业实现跨越式发展。小微企业在我国国民经济体系中具有重要地位,尤其是在服务业、小件商品供应、与大企业配套等方面更是不可或缺。在扩大就业、推动经济增长等方面具有不可替代的作用,是驱动中国经济的一个重要的引擎。小微企业的营销能力低的现状,在市场竞争日益激烈的今天,将成为小微企业发展的瓶颈,动摇小微企业生存的根基。小微企业虽然占全国企业数量的 99%以上,提供了 75%的城乡就业岗位。高职高专院校营销专业学生大部分在小微企业就业。小微企业的内部管理,从结构上看,相当简单,普通人看小微企业就是“买卖”,实际小微企业就存在这一买一卖之间,而将生产的商品和提供的服务推向市场——即为市场营销;使企业的竞争力和生命力增强——就是小微企业营销部门的使命所在。而诸多的小微企业,其竞争力也主要表现在是否能够有效地进行市场活动,赢得市场先机,取得市场份额。

(2) 加快培养紧缺人才。市场营销人才一直排在人才需求排行榜榜首,成为最紧缺的人才资源。根据人力资源和社会保障部发布《2013 年第二季度全国部分人才市场供求情况及分析》报告,市场营销/公关/销售类职位仍是高居榜首,所占比例为 26.70%,高出排名第二的建筑/机械类职位近 20 个百分点,环比上升 3.29 个百分点。诸多人才招聘网站分析认为,销售人员是企业的核心人才,是企业生存的命脉。人力资源经理们经常为能招到合适的销售人员发愁。企业的需求是职业教育的风向标,市场营销技能竞赛必将推动市场营销专业建设,满足企业的需求。

(3) 市场营销类专业是高职高专院校开设最多的专业之一,据教育部 2013 年招生备案统计高职高专市场营销类专业开设学校 969 所。本赛项引领和促进高职院校市场营销类专业教育教学改革,规模化、高标准培养市场营销人才,满足企业的人才需求,同时展示了高等职业教育市场营销类专业教育教学改革的成果。

2) 设计原则

(1) 公正、公平、公开原则

参赛选手比赛使用的竞赛平台、规则和赛前公布内容一样,比赛采用软件统

计分数，比赛过程、结果客观公正

(2) 专业能力、社会能力、方法能力相结合原则

参赛选手面临变化莫测的市场需求、机智灵活的竞争对手，必须依赖相互信任的营销团队，参赛团队也必须具备相应的专业能力、社会能力、方法能力。参赛团队在复杂市场环境下，学会工作、学会思考，培养全局意识和综合职业素养。

(3) 教产合作原则。教育与产业深度合作，校企专家共同组成赛项专家组，按照企业岗位要求和职业标准设计赛项、研制赛题，组织裁判工作和提供技术保障，统筹安排赛项成果转化为教学资源的有关工作。

(4) 教学为本原则。赛项专家组按照教学资源开发的要求，及时收集、整理赛项设计、实施的过程和结果，并及时转化为教学项目或案例，推动专业教学改革与建设。

8. 赛项方案的特色与创新点

1) 虚拟与真实相结合：本赛项个人专项技能环节采用真实的市场环境，团体综合技能环节采用虚拟的市场环境。真实的市场环境依托国家农产品现代物流工程技术研究中心和山东商业职业技术学院建立的心欣农产品交易服务平台，涉及蔬菜、果品、畜产类等多种农产品全国大多数批发市场信息。市场营销主要针对变化的市场环境，真实市场经营有风险，传统的教学环境很难提供变化的市场环境。团体综合技能采用虚拟的市场环境，模拟了复杂的市场环境，包括行业市场的变化、消费者的偏好、竞争对手的变化等，而且这些市场环境时时在变动，选手需要不断地考察市场，主动更改自己的营销策略，以达到最好的营销效果。

2) 个人与团队相结合：现代企业营销理念是团队营销，强调营销手段的整体性和营销主体的整体性，高效能的营销团队要求团队成员必须具有满足营销业务需要、适应市场需要的技能水平。本赛项设有个人专项营销技能竞赛和团体综合营销技能竞赛两个环节。

3) 教学资源的良性循环。前期，商务礼仪和客户异议处理的视频、音频、动画都是预置性资源，随赛项广泛开展，选手竞赛的录像就可以作为生成性资源，取之于竞赛，用之于竞赛和教学。

4) “游戏化竞赛”。现在的学生是伴随互联网长大的一代，对网络游戏有着极大地兴趣和天然的融合性，有着强烈的求知欲和征服欲。团体综合营销技能竞赛是一种严肃的教学游戏，参赛选手游戏般体验完整的营销过程，激发了学习兴

趣。

9. 比赛内容与规则

1) 比赛内容

本赛项包括个人专项营销技能竞赛和团体综合营销技能竞赛两个环节。

环节一：个人专项营销技能竞赛

参赛团队成员分别同时参加商务礼仪、推销洽谈、客户异议处理、市场调查与分析四个部分竞赛。

- (1) 商务礼仪：根据商务礼仪的规范判断动画（视频）库中商务礼仪现象的对与错。商务礼仪涵盖职业形象、电话礼仪、基础社交礼仪、拜访礼仪、接待来访礼仪。
- (2) 推销洽谈：参赛选手分别扮演推销员和客户，根据推销洽谈的基本原则，按照推销洽谈的基本程序，运用 FAB 推销法，展示推销洽谈技巧：倾听技巧、观察技巧、提问技巧、陈述技巧。
- (3) 客户异议处理：根据客户异议的录音，分析客户异议的各种成因：顾客没有真正认识自己的需求、顾客缺乏商品知识、顾客的偏见、成见或习惯、顾客有比较固定的购销关系、组织购买者的企业性质、经营机制、决策程序、购买习惯，处理各种类型的客户异议：价格异议、需求异议、产品异议、货源异议、权力异议、财力异议、服务异议、对推销员的异议。
- (4) 市场调查与分析：根据心欣农产品交易服务平台实时提供的农产品价格、运费等信息，用图表进行价格分析，选择最佳进货地点和最佳销售地点。

环节二：团体综合营销技能竞赛

采用国际先进的商业模拟训练模式，对宏观环境、行业特性、消费者特征及购买行为、市场竞争的仿真模拟，构建虚拟的市场。各参赛队在同一个市场环境条件下，按照同样的规则条件，为企业制定相应的营销计划，通过模拟市场运作得到的结果，各参赛团队将看见其营销计划给企业及整个市场带来的后果，并可在以后博弈过程中不断的进行营销策略调整，以在竞争中取得优势，最终达到为企业创造最大价值的目标。

竞赛由以下四个部分组成：

- (1) 市场调研与分析:参赛者分析市场预测模型,选择购买感兴趣区域的市场调研报告,分析报告,采用差异化竞争,决定营销策略。
- (2) 目标市场选择:参赛者根据市场定位、资金状况、竞争对手,决定什么时候、什么价格采购何种商品。
- (3) 营销组合(4P)设计:在明确成本价格等因素的前提下,对不同区域进行定价,在市场变化的情况下,可对价格做出相应的调整。针对不同消费人群,采用满就送、买二送一等促销手段,参赛者根据消费者的需求特点和竞争对手制定不同的促销策略。参赛者发展经销商,扩大销售网络,针对不同地区的经销商特点制定不同的定价、返利等手段。
- (4) 盈亏核算:看懂系统自动生成的财务报表,运用财务指标进行分析,发现营销中的问题,调整营销策略。

2、比赛规则

- (1) 参赛选手应认真学习领会本次竞赛相关文件,自觉遵守大赛纪律,服从指挥,听从安排,文明参赛。
- (2) 参赛选手应提前15分钟到达赛场,凭参赛证、身份证检录,按求入场,不得迟到早退。
- (3) 严禁参赛选手携带与竞赛无关的电子设备、通讯设备及其他相关资料与用品入场。
- (4) 参赛选手应按抽签要求在指定位置就坐。
- (5) 竞赛过程中,如有疑问,参赛选手应持“咨询”示意牌示意,项目裁判长应按照有关要求及时予以答疑。如遇设备或软件等故障,参赛选手应持“故障”示意牌示意。项目裁判长、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,经项目裁判长确认,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。
- (6) 竞赛时间终了,选手应全体起立,结束操作。将资料和工具整齐摆

放在操作平台上，经工作人员清点后方可离开赛场，离开赛场时不得带走任何资料。

(7) 参赛代表队若对赛事有异议，可由领队按规程提出书面申诉。

10. 赛项简介（中、英文对照）

市场营销技能竞赛包括个人专项营销技能竞赛和团体综合营销技能竞赛两个环节。个人专项营销技能竞赛采用情境模拟形式，考察参赛选手的商务礼仪、推销洽谈技能、客户异议处理技能、市场调查与分析。团体综合营销技能竞赛采用国际先进的商业模拟训练模式，考察参赛团队的市场调研与分析技能、目标市场选择与定位技能、营销组合设计技能和盈亏核算技能。

Marketing skills competition including Individual special marketing skills competition and Group comprehensive marketing skills competition two links. By using scenario simulation, Individual special marketing skills competition inspects the contestant's business etiquette, selling and negotiation skills and customer objection handling skills. Group comprehensive marketing skills competition adopts the international advanced commercial simulation training mode, to inspect each team's market research and analysis skills, target market selection and positioning skills, 4p skills and accounting skills.

11. 比赛样题

市场调查与分析

1) 数据采集与整理

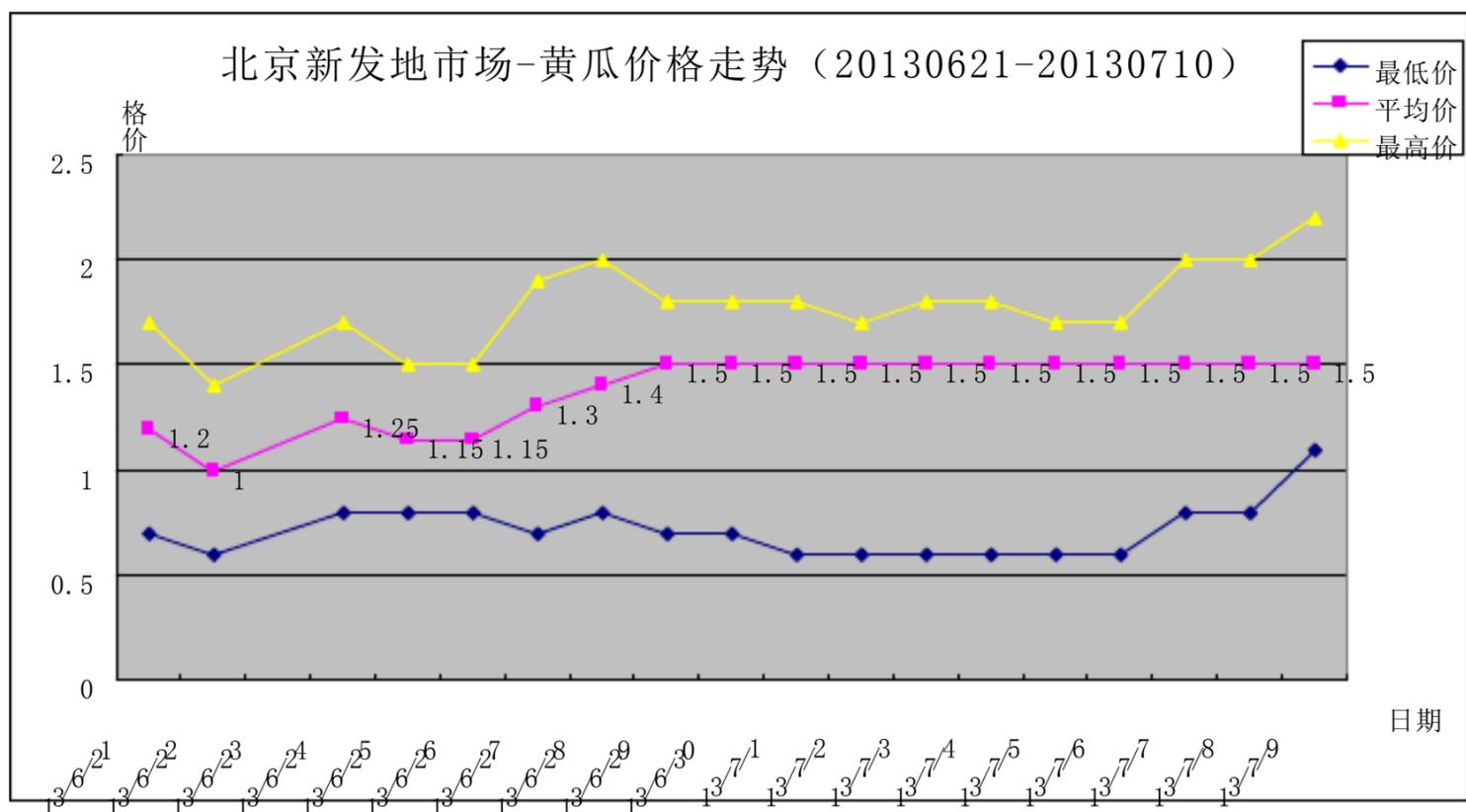
北京新发地市场-黄瓜价格（20130）

品名	最低价	平均价	最高价	规格	单位	发布日期
黄瓜	0.7	1.2	1.7	普通	斤	2013/6/21
黄瓜	0.6	1	1.4	普通	斤	2013/6/22
黄瓜	0.8	1.25	1.7	普通	斤	2013/6/24
黄瓜	0.8	1.15	1.5	普通	斤	2013/6/25
黄瓜	0.8	1.15	1.5	普通	斤	2013/6/26
黄瓜	0.7	1.3	1.9	普通	斤	2013/6/27
黄瓜	0.8	1.4	2	普通	斤	2013/6/28
黄瓜	0.7	1.5	1.8	普通	斤	2013/6/29
黄瓜	0.7	1.5	1.8	普通	斤	2013/6/30
黄瓜	0.6	1.5	1.8	普通	斤	2013/7/1
黄瓜	0.6	1.5	1.7	普通	斤	2013/7/2
黄瓜	0.6	1.5	1.8	普通	斤	2013/7/3

黄瓜	0.6	1.5	1.8	普通	斤	2013/7/4
黄瓜	0.6	1.5	1.7	普通	斤	2013/7/5
黄瓜	0.6	1.5	1.7	普通	斤	2013/7/6
黄瓜	0.8	1.5	2	普通	斤	2013/7/7
黄瓜	0.8	1.5	2	普通	斤	2013/7/8
黄瓜	1.1	1.5	2.2	普通	斤	2013/7/9

2) 市场分析

- (1) 做出折线图，包括最低价、平均价、最高价三组价格；
- (2) 横坐标：发布日期，纵坐标：价格；
- (3) 图表标题“北京新发地市场-黄瓜价格走势（20130）”，字体：宋体、14号、加粗。
- (4) 图例项标识分别为“最低价”、“平均价”、“最高价”；
- (5) “平均价”折线上，需要显示数据标志，其数据标签为“值”；
- (6) 除了标题之外，图表中其他文字的字体要求均为：宋体、10号、常规。



3、市场决策

(1) 异地进货思路：

思路清晰并能阐述应以下重要条件：与当地差价，运输成本，损耗，包装，运输车辆。

(2) 异地销售思路：

思路清晰并能阐述应以下重要条件：与当地差价，运输成本，损耗，包装，运输车辆。

其中差价、运输成本、运输车辆能够从网站获取，不能准确获得信息减 1 分。

12. 比赛方式（含组队要求、是否邀请境外代表队参赛）

本赛项为团体赛，以院校为单位组队参赛，不得跨校组队。每省（自治区、直辖市）限报 1 队，每支参赛队由 4 名参赛选手、2 名指导教师和 1 名领队组成。参赛选手应为 2014 年度在籍高职高专类院（校）学生，年龄 25 周岁（当年）以下。五年制高职学生报名参赛的，须为四、五年级学生。

本赛项包括个人专项营销技能竞赛和团体综合营销技能竞赛两个环节，分上下两场进行。

环节一：个人专项营销技能竞赛

参赛队成员分别同时参加商务礼仪、推销洽谈、客户异议处理、市场分析四个部分竞赛。

- 1) 商务礼仪：赛前制作商务礼仪动画（视频）库，每队 1 名选手观看动画（视频），根据动画（视频）设置题目进行选择答题，向竞赛平台提交结果。比赛时间为 1 个小时，动画（视频）10 个。
- 2) 推销洽谈：各队 1 名参赛选手分别扮演推销者。通过现场抽签产品，参赛选手向评委开展推销洽谈，评委针对参赛选手的表现评分。比赛时间为 20 分钟。
- 3) 客户异议处理：赛前制作客户异议的录音库，每队 1 名选手认真倾听，根据录音设置题目进行选择答题，向竞赛平台提交结果。比赛时间为 1 个小时，录音 10 个。
- 4) 市场调查与分析：竞赛现场访问心欣农产品交易服务平台，实时获取农产品价格、运费等信息，用图表进行价格分析，选择最佳进货地点和最佳销售地点。比赛时间为 1 个小时。

环节二、团体综合营销技能竞赛

参赛队的 4 名参赛学生共同使用一台电脑参加比赛，与其他团队进行营销对抗。比赛时间 5.5 个小时。

13. 比赛时间安排与流程

日期	时间	主要内容
报到日	全天	报到
	14:00-17:00	专家和裁判会议
比赛第一天	8:30-9:30	开幕式
	9:30-10:30	领队会议、抽签
	10:30-11:30	个人专项营销技能竞赛：商务礼仪、推销洽谈、客户异议处理
	11:30-13:00	午餐
	13:00-17:00	个人专项营销技能竞赛：推销洽谈
比赛第二天	8:30-9:30	抽签
	9:30-11:30	团体综合营销技能竞赛
	11:30-13:00	午餐
	13:00-16:30	团体综合营销技能竞赛
	17:00-18:00	闭幕式暨颁奖仪式

13. 评分标准制订原则、评分方法、评分细则

竞赛成绩满分为100分，其中个人专项营销技能竞赛为40分，团体综合营销技能竞赛为60分。

1) 个人专项营销技能竞赛评分方法与评分细则

序号	项目	要点	分值	备注
----	----	----	----	----

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/385040323001011104>