

揭阳职业技术学院第十届

大学生科技节

市场营销技能竞赛实施方案

（承办单位：经济管理系）

二〇二二年十一月十一日

为了深入贯彻高职院校“工学结合”的培养理念，推动我校各项特色教学活动的有效开展，丰富校园文化生活，展现当代大学生的自身素质，开拓全新的当代高校优良文化气氛，我院决定举办揭阳职业技术学院营销技能大赛，为学生在营销策划或自主创业等方面奠定基础，激发学生的自主创业意识，拓宽学生知识面，提升高职学生市场营销技能方面的综合能力。具体实施方案如下：

一、举办单位

主办单位：揭阳职业技术学院实训中心

承办单位：经济管理系

二、竞赛时间

2022 年 11 月—2022 年 12 月

三、参赛对象

全院全日制在校学生

四、组织机构

1、设立大赛组委会，由院实训中心、经济管理系相关老师组成，负责竞赛组织领导工作，统筹协调赛事各项工作。组委会下设办公室，负责竞赛的日常事务。

办公室联系人：赖仁贵（手机号码：17833743464 ）

办公室地址：揭阳职业技术学院行政楼 215 经济管理系办公室

大赛 邮箱：2069039486@qq.com

大赛微信群：



2、设立大赛评委会，由组委会聘请经济类、管理类学科的专家、学者、企业家组成，负责对参赛选手的点评和策划方案的评审工作。

五、大赛实施日程安排

1、报名（2022 年 11 月 17 至 11 月 22 日）

参赛者以营销策划团队形式参赛。建议各参赛者跨专业组队，以形成优势互补、专业配备科学、人员结构合理团队。团队人数限于 4-6 人，每队必须选出一名负责人，请参赛者填写《揭阳职业技术学院大学生科技节报名表》（附件 1，纸质与电子版各一份），于 2022 年 11 月 23 日交到大赛组委会办公室（具体联系赖仁贵同学，17833743464）。

2、提交初赛作品（2022 年 11 月 23 日至 2022 年 11 月 30 日）

参赛团队按照要求完成营销策划书（附件 2：营销策划书写作纲要）。将电子版及纸质版（A4 纸打印 1 式 3 份）于 2022 年 11 月 25 日前上交到大赛组委会办公室。

3、初赛（2022 年 11 月 23 日至 2022 年 11 月 30 日）

大赛组委会办公室组织初赛评委根据初赛评审标准开展初试筛选（附件 3：营销策划大赛初赛评审标准）。选拔产生 8-12 支团队进入营销策划大赛决赛阶段比赛。入选决赛团队由大赛组委会办公室通过微信群公示和通知。

4、大赛培训指导（2022 年 12 月上旬）

大赛评审委员会对进入决赛的团队以培训讲座方式进行专业方面的指导，并对营销策划方案提出修改意见。具体日程由大赛组委会办公室另行通知。

5、提交决赛作品（2022 年 12 月 2 日）

参赛团队按照要求将营销策划书最终版以系部为单位，将电子版及纸质版（A4 纸打印 1 式 5 份）于 2022 年 12 月 2 日前上交到大赛组委会办公室，同时提交决赛演示讲解文档。

6、决赛（2022 年 12 月 3 日，具体以学校通知为准）

终审决赛采取“团队陈述+答辩”形式进行。团队根据初赛提交的营销策划方案内容，制作 PPT 进行陈述。答辩由决赛评委提问，指定或任意成员作答，时间不限制。每个团队陈述+答辩时间累计时间不超过 15 分钟。由大赛评委会组织评委根据评审标准（附件 4：营销技能大赛决赛评审标准）对进入终审决赛的团队作品及表现进行评审，最终选出获奖团队。

六、作品要求

1、参赛的营销策划书应该是针对一项现实既存的企业、产品或服务、网络、品牌等。参赛团队应充分了解所策划企业背景、主要产

品、区位功能等情况，在进行广泛的市场调研、深入全面的可行性分析的基础上，完成一份完整、具体、有实施可能的营销策划方案。

2、策划目的，一方面提升企业的知名度，树立良好的品牌形象。另一方面是提高企业的经济效益，调动消费者的消费积极性。

3、参赛作品策划原则

(1) 明确企业实际战略，找出存在的问题，明确所要解决的问题点。

(2) 以营销策略为主要内容，实现切实的营销策划目的。

(3) 结合具体及恰当方式，制定实际可行的营销策略。

(4) 对可实施性进行必要的论证。

4、进入决赛的参赛团队可由组委会安排或自行联系指导老师。

5、其他未尽事项请咨询大赛组委会办公室工作人员。

七、奖项设置

金奖：决赛参赛作品中评出金奖 1 名，颁发获奖证书与奖品。

银奖：决赛参赛作品中评出银奖 2 名，颁发获奖证书与奖品。

铜奖：决赛参赛作品中评出铜奖 3 名，颁发获奖证书与奖品。

金奖团队将被优先推荐参与 2023 年广东省职业院校技能大赛市场营销赛项，将有机会参与省级奖项角逐（具体以通知为准）。

八、特别声明

1、主办单位将严格保守参赛作品涉及的技术秘密和商业秘密。参赛者与涉事企业、品牌等的一切纠纷与主办单位无关。

2、对所有提交的参赛作品，未经作者本人同意和大赛组委会授

权，其他单位或个人不得将作品用作商业用途，不得将本次大赛获奖作品的设计方案进行再设计、生产、宣传、出版、展览等，并不得向第三方转让。否则，一切后果由该单位或个人承担。

3、组委会、作者、作品不得违反国家相关法律、法规。

4、未能预料事项，一经出现，各方协商解决。

附件

- 1、营销技能大赛报名表
- 2、营销技能大赛写作纲要及内容说明
- 3、营销技能大赛初赛评审标准
- 4、营销技能大赛决赛评审标准

附件 1

揭阳职业技术学院第____十____届大学生科技节报名表

参加项目：市场营销技能大赛

系（部、院）						
队员姓名	性别	年龄	年级	专业	学 号	联系电话（短号）
队长姓名	通信地址		Email		联系电话（短号）	
指导教师	通信地址		Email		联系电话（短号）	
参加过类似项目成绩或其他情况						
系（部、院）意见：						
说明： 1、在参加项目处注明所参加的活动名称。 2、以上各栏内容要求字迹清晰，不得涂改，每队一张，一式两份分别上交承办系（部、院）和组委会办公室。 3、队员中第一人为队长。 4、无系（部、院）公章的报名视为无效。						

附件 2:

《营销策划书》写作纲要及内容说明

营销策划大赛要求参赛团队为企业、产品或服务、品牌、网络等进行市场调研后提出创新的、有针对性的、切实可行的意见和建议，根据市场营销学的基本知识，形成营销策划书。

营销策划书全文应包含三个部分的内容：

第一部分 市场分析

制定营销策划案的第一步是对决定有效营销策略所需重要信息的回顾和总结。也就是企业、产品或服务、品牌、网络等的目前（策划案之前）现实背景介绍。主要包含：

1. 企业目标和任务

企业的目标和任务是用来识别企业属性或企业存在的原因。通过明确目标和任务，营销策划人员可以尽可能的做出努力来使企业运作的更好。

2. 市场现状与策略

总结企业所运营的整个市场状况和目前所运用的营销策略。企业需要确定让企业运作的更好的相关营销活动有哪些。

3. 主要竞争对手

作为营销策划书一个很重要的部分，需要对相同产品或服务类似的客户群的竞争对手做一个细致的分析。有针对性地评估他们的优势和劣势，以帮助企业在竞争中取胜。

4. 外部环境分析

企业的外部环境因素对企业业绩的影响很大。这些因素包括宏观经济环境与产业发展环境：经济、竞争、与产业及企业相关的法律法规、技术、成本，以及社会的期望和需求等等。

5. 内部环境分析

企业自身的优势和劣势是对企业现在与过去业绩的总结决定的。这一总结包括：分析产品和生产方法、具体营销活动、人事安排以及财务业绩等等。

第二部分 营销策略

营销策略包括所服务的目标市场和针对每一目标市场所涉及的营销组合的详细描述。主要包括：

1. 目标和预期效果

营销策略需要包括对企业计划所要达到的目标的详细描述或者对营销工作所要产生的预期效果的描述。

2. 目标市场描述

营销策略清楚地指出所需要服务的目标市场的每一个细节、定位和市场中的具体人员的沟通。一个营销策划案中可能会指出多个目标市场，但是对每一个目标市场都设计一个专门的营销组合。

3. 市场定位

市场定位是对营销组合质量的一个详细描述，它可以根据竞争和吸引潜在客户的不同而不同。

4. 营销组合描述

它包括对每一个营销组合要素的完整描述。产品或服务的特性，

如何定价、分销、促销以及对每一参与营销组合实施工作的人明白企业计划在做什么的详细描述。

第三部分 行动方案

营销策划案的最后一个部分是指出完成营销策略所需要的具体活动有哪些，并评估最终的营销策略。主要包括：

1. 行动安排

营销策略是需要一系列的营销活动来实现的。活动内容包括明确活动开展的时间和如何开展活动。需要指派特定人去参与具体营销活动。这些人可能来自企业内部，也可能来自企业外部。

2. 行动财务预算

根据行动方案制作一个与营销策划活动相适应的详细的营销活动预算。

3. 行动评估

评估是对营销活动是否按时完成，以及营销活动开展的方式是否正确等问题的具体描述。也可以由是否完成了营销目标，以及目标市场是否满意来决定。

附件 3:

揭阳职业技术学院营销技能大赛初赛评审标准

类别	评价标准		权重	得分
表达与结构	摘要	是否简明扼要地反映营销策划报告内容。	10%	2
	表达	语句是否流畅，表达是否清晰、简明扼要。		4
	结构	结构是否完整，标题是否能反映文章内容或论题的范围。		4
内容部分	市场分析	A. 企业的目标和任务：明确确定企业市场营销策划方案的重要目标	20%	2
		B. 市场现状和策略：提供足够信息，真实反应实际情况		4
		C. 主要竞争对手及其优劣势：明确界定竞争对手，并利用理论工具进行优劣势分析		6
		D. 外部环境分析：明确企业必须应对确定的外部要素是什么		4
		E. 内部环境分析：展示具体数据，以确定目前和预计的市场份额		4
	营销策略	A. 营销目标/预期收益标准：在销售额，利润，和/或客户的满意程度中列出目标	45%	10
		B. 目标市场描述：向目标市场描述了客户决策过程的每个阶段		10
		C. 市场定位：针对目标市场，市场定位准确、合理，并能够体现差异性、排他性的原则		10
		D. 营销组合描述：描述了适当的生命周期阶段，渠道成员明确描述每个阶段，并确定其职能		15
	行动方案	A. 活动日程安排：在日程表中明确说明营销活动中的关系、与营销策略以及营销目标相适应。	25%	10
		B. 活动预算：与营销策略以及营销目标相适应的详细的营销活动预算。		10
		C. 活动评估：营销目标实现的评估，营销活动达到预期目的的评估；评估方法（定性与定量）不存在偏见		5

附件 4:

揭阳职业技术学院营销技能大赛决赛评审标准

一、方案陈述（10%）

1. 简明扼要介绍营销策划报告内容；（3%）
2. 语言流畅，表达清晰；（3%）
3. 突出介绍方案创新创意；重点突出。（4%）

二、营销策划案（60%）

1. 市场背景分析（10%）

（1）市场现状和策略阐述清晰；（企业、产品、市场细分、目标市场、定位、定价描述清晰）

（2）提供足够信息，定量与定性数据详实，真实反应实际情况。

（3）竞争分析精确，具体、可信；

2. 目标市场选择（10%）

（1）是否有明确的目标客户群（锁定某个特定消费群体）、选择目标客户群体的原则，要素和依据；

（2）是否有详尽的目标客户消费心理、消费模式、购买流程分析，是否发现了同类产品无法满足的需求，是否有清晰的产品价值定位。

3. 产品价值诉求与定位（10%）

（1）消费者购买的理由，与同类产品相对比独到的价值在哪里？

- (2) 独特销售主张是什么？广告词的诉求针对什么需求？
- (3) 定价的依据是什么？做了哪些定性分析和对比；
- (4) 产品价格比同类产品高或低的原因何在？做了哪些定量分析和对比。

4. 整合营销传播（10%）

- (1) 采用了哪些市场宣传组合，成本与效益核算；
- (2) 选择不同组合，不同媒体的依据是什么？
- (3) 渠道选择的定性分析，选择不同的渠道组合理由；
- (4) 销售渠道定量分析，如何制定产品第一年的销售预测；

5. 行动创意以及成效（20%）：

(1) 项目运作的独创性：产品或服务推广过程中原创性的元素有哪些？为满足市场需要做了哪些创新。

(2) 切入市场战略选择恰当，企业竞选优势来源明确，可有效阻击对手争夺市场；对中国现代营销理念，方法和体系有较突出贡献；有独特的探索和实践。

(3) 项目成效分析：调查现有消费者进行分析、对策划活动结果的估计方法是否科学。定性分析方法与定量分析方法结合。

三、答辩（30%）

1. 回答问题及时、简明、精确、充分（10%）

(1) 正确理解评委提问：对评委问题的要点有准确的理解，回答具有针对性而不是泛泛而谈。

(2) 及时流畅作出回答：能在评委提问结束后迅速作出回答，回答内容连贯、条理清楚。

(3) 回答内容准确可信：回答内容建立在准确的事实和可信的逻辑推理上。

(4) 特定方面的充分阐述：对评委特别指出的方面能做出充分的说明和解释。

2. 团队整体表现评审标准（20%）

(1) 整体答辩的逻辑性及清晰程度：陈述和回答提问的内容具有整体一致性，语言清晰明了。

(2) 团队成员协作配合：团队成员在陈述时有较好的配合，能协调合作，彼此互补，对相关领域的问题能阐述清楚。

(3) 策划方案落地实现的可能性：团队成员自信，创业计划符合实际，落地实现可能性较大，对关键风险有限期考虑并有预案。