

# 2023年安徽电子信息职业技术学院 市场营销技能大赛赛项规程

## 一、赛项名称

赛项名称：市场营销技能

英文翻译：Marketing skills

## 二、竞赛目的

通过情境营销竞赛内容，考察参赛选手市场信息分析、目标市场选择、营销策略策划、会计报表分析等市场营销核心技能。通过竞赛，全方位展示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，引领高职院校市场营销专业建设和教学改革，推进专业建设对接产业发展、人才培养过程深度校企合作，提高市场营销高等职业人才培养质量和社会认可度与影响力。

## 三、竞赛内容

赛项围绕目标市场选择、营销策略策划、会计报表分析等市场营销核心技能，研发了以生产厂家市场营销经营主体的竞赛内容，建设了厂家虚拟营销资源。设计的生产厂家营销竞赛内容从商品需求信息的采集与分析、目标市场选择、营销策略组合到最后会计报表填制等典型工作任务。竞赛中选手会运用到经济学基础、市场营销学、企业管理、营销策划、统计分析、财务会计、计算机运用、广告学基础、市场调查与分析、消费心理学等十多门课程综合知识。

比赛内容	时间
情境营销：各参赛队在同一个模拟市场环境条件下，通过目标市场分析与选择、营销策略组合和财务报表分析，使企业的效益最大化。	初赛（120分钟） 决赛（180分钟）

## 四、竞赛方式

本赛项为团体赛。以组队形式参赛，同一人不得同时报名不同参赛队伍。每支参赛队由 2-4 名参赛选手、2 名指导教师组成。

## 五、竞赛试题

本赛项公开试题。

### 1. 赛题背景资料

赛项提供了 P1、P2、P3、P4 四类产品在五个市场未来三年的销售价格、销售量的预测资料。参赛团队组成企业营销的核心团队，负责的企业是一个生产型企业，以销售 P1 产品为主营业务，资金充裕，银行信用良好，但是产品单一，只在本地市场销售，竞争越来越激烈，预计未来几年销售收入将继续下降。参赛团队通过目标市场分析与选择、营销策略组合和财务报表分析，使企业的效益最大化。

### 2. 目标市场分析与选择

根据软件提供 P1、P2、P3、P4 四类新产品在五个市场未来三年的需求预测图（图 1），获取详细的需求信息。选手通过市场预测图进行市场分析，决定是否购买调研报告（图 2），通过购买市场调研报告，了解直销客户、批发商、零售商（六类消费人群）的需求信息，确定目标市场，制定营销计划（表 1）。

熟悉市场细分的概念和意义，掌握目标市场策略选择时要考虑的主要因素，即企业的资源和能力、产品的性质和生命周期、竞争对手的市场策略。

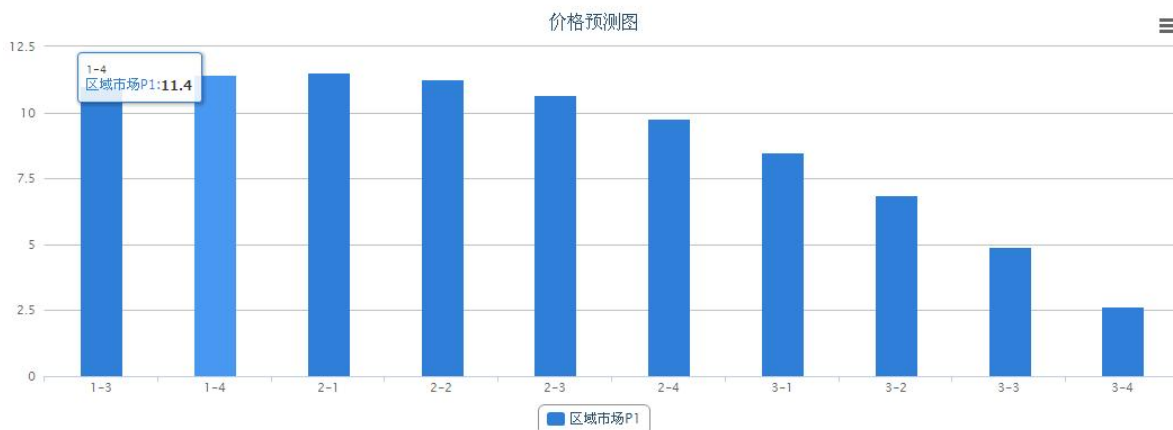


图 1

市场需求												
季度	产品	直销		批发		零售						
		平均价格	需求量(件)	平均价格	需求量(件)	市场期望价格	习惯型(件)	理智型(件)	冲动型(件)	经济型(件)	情感型(件)	不定型(件)
1	P1	10.92	62	6.28	126	8.74	15	0	0	18	0	71
2	P1	13.72		8.15		10.98	15	15	0	18	15	42
3	P1	15.54		9.36		12.43	15	15	15	20	15	26
4	P1	15.62		9.41		12.49	16	18	15	23	16	26
4	P2	12.82		7.55		10.26	6	6	6	7	6	9
4	P3	17.98		11		14.39	2	2	2	3	2	4

图 2

季度	产品	功能	市场	直销客户数量	批发商数量	零售商数量	估计毛利
1	P1	F1	东部	20	30	60	20
2	P2	F1	西部	10	60	30	40

表 1

### 3. 价格策略

根据定价目标、确定需求、估计成本、选择定价方法，制定最终价格。比如：企业 P1 库存较大，直接成本是 2，零售市场平均期望价是 8，参赛选手制定合适价格。

检验参赛选手对价格构成要素及影响，定价因素的理解和掌握情况；检验参赛选手对定价目标和原则的熟悉和掌握情况；检验参赛选手对定价程序和方法的掌握和运用情况；检验参赛选手对定价策略的掌握和运用情况。熟悉价格制定的原理和方法，灵活运用价格策略，实现成功营销。

### 4. 渠道策略

根据调研报告提供四种产品、三种营销渠道的市场预测价格和数量，结合企业自身和竞争对手状况，采用多渠道组合营销手段扩大销售。

熟悉直销、批发、零售三种渠道的概念及特征，掌握影响渠道模式选择的因素：产品因素、市场因素、企业自身因素和竞争对手因素。

(1) 直销：选手只有在进行了直销客户的开发以后，才有机会参与直销客户的投标。投标流程为：投标报名、资格预审、购买标书、投标、中标公示。最低价中标。每个客户开发费用为 5W。

(2) 批发：选手需根据自身的营销策略，在不同市场上制定不同产品的批发招商广告的投放策略，招商广告费用最低为 1W，最高不限制，但必须是整数。选手在投放招商广告完成后，由裁判统一控制选单。

(3) 零售：为了扩大市场，提高销售额，选手需要选择更多合适的零售商进店销售。选手在选择合适的零售商签约以后，需要将自己的产品配送给各个零售商进行销售。

## 5. 促销策略

(1) 销售促进：选手采用满就送、多买折扣、买第几件折扣等促销活动，吸引不定型消费人群，增大销售额。熟悉销售促进的概念，掌握销售促进的活动方式。

The screenshot shows a web-based interface for configuring a 'Buy and Get Cash Back' promotion. At the top, there are three tabs: '满就送促销' (Buy and Get Cash Back Promotion), '多买折扣促销' (Buy More Discount Promotion), and '买第几件折扣促销' (Buy the nth Item Discount Promotion). The '满就送促销' tab is active. Below the tabs, there is a table with columns for '添加' (Add), '删除' (Delete), and '编号' (ID). The main content area is titled '买就返现金基本信息' (Buy and Get Cash Back Basic Information) and contains the following fields:

促销名称：	满就送促销策略
活动限制：	<input checked="" type="checkbox"/> A4零售商
商品范围：	<input checked="" type="checkbox"/> P1
金额要求：	100
优惠金额：	10

At the bottom of the form, there is a '保存' (Save) button. The interface also includes a '操作' (Operation) column on the right and a '设置数据' (Set Data) button at the bottom right.

(2) 广告策略：选手选择百度竞价排名和央视的多个时段投放广告，吸引习惯型消费人群，增大销售额。熟悉广告的概念、分类；掌握广告的基本原则；掌握广告媒体选择应考虑的因素。

媒体位置或时段价格表						
媒体:	<input type="text"/>	媒体时段:	<input type="text"/>	查询		
编号	媒体	媒体时段	影响力度	得到关系值	最低投放额	操作
34	日报	排名第六	10	5	1	
35	百度	排名第七	9	4	1	
36	百度	排名第八	7	3	1	
37	百度	排名第九	6	3	1	
38	百度	排名第十	5	3	1	

## 6. 产品策略

根据目标市场选择，制定产品研发计划和产品生产计划。目前只有P1产品，P2、P3、P4需要三个季度研发，研发费用10W、20W、30W。只有产品研发完成后，才能进行该产品的生产。

熟悉产品市场生命周期的概念；掌握产品组合策略和差异化策略。

## 7. 财务

(1) 应收应付：及时进行应收账款和应付账款的结算。

(2) 融资：系统中向企业运营提供了三种融资方式：短期贷款、民间融资和长期贷款。选手可根据企业经营状态进行融资。

(3) 支付费用：零售商管理费、租赁费/维修费、库存管理费。

(4) 缴税：每年第一季度缴纳上年度企业所得税。

(5) 根据系统自动生成的财务报表进行盈亏分析，制定下一步营销策略组合。

(6) 读懂财务报表，管理应收账款，维持良好的资金流，估算成本和毛利率，进行盈亏分析。

## 六、竞赛规则

1. 报名资格：在校学生均可组队报名

2. 报名要求：参赛队员在报名获得审核确认后，原则上不再更换，如筹备过程中，队员因故不能参赛，由指导老师出具书面说明并按相关

规定补充人员并接受审核；竞赛开始后，参赛队不得更换参赛队员，允许队员缺席比赛。

3. 参赛队员入场：参赛选手应提前 15 分钟到达赛场，凭学生证、身份证检录，按要求入场，不得迟到早退。并在对应的座位入座，裁判负责核对参赛队员信息；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. 各参赛队伍打开电脑，进入竞赛平台，并修改各自密码。

5. 由裁判长宣布比赛开始，各参赛队伍开始竞赛。

6. 竞赛过程中，如有疑问，参赛选手应举手示意，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，参赛选手应举手示意。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。

7. 比赛开始后，在运营过程中，赛场裁判负责控制招标过程。

8. 按照竞赛规程，在经营三个会计年度后，裁判公布竞赛结果，并将成绩登录在竞赛成绩单上。

9. 赛场裁判将数据进行备份和保存，成绩单提交给大赛组委会备案。

10. 大赛组委会当场公布成绩。

## 七、技术规范

参赛团队遵循以下规范：《助理营销师国家职业标准》（国家职业资格三级）

## 八、技术平台

品名	规格要求说明
网络连接设备	提供网络布线、交换机、竞赛用服务器
竞赛服务器	CPU：2 颗英特尔至强 E5 系列；内存：8GB 以上；硬盘：500G 以上；网卡：千兆网卡；操作系统：Windows 2008 Server Enterprise，安装 IIS7.5；数据库：Microsoft SQL Server 2005；

竞赛软件	中教畅享“市场营销综合实训与竞赛系统”
------	---------------------

## 九、成绩评定

1. 裁判组：待报名结束后，再行确认并下发通知。

2. 评分方法：评分方式为机考评分。评分裁判依据评分方式的既定要求完成成绩评定工作，填写相应的评分表格后签字确认。在正式公布比赛成绩之前，任何人员不得随意泄露过程评分和结果评分的评分结果。

3. 成绩复核：如监督人员在成绩复核中发现错误，裁判长需更正成绩并签字确认。如果抽检复核错误率超过5%，则认定为小概率事件，裁判长需组织裁判组对所有成绩进行复核。

### 4. 评分细则

项目	内容
情境 营销	市场营销核心技能：目标市场分析与选择、营销策略组合和财务报表分析的综合应用。每个赛场各队经营三个会计年度关帐后，软件自动生成成绩，根据各队成绩排序。

## 十、奖项设定

本次竞赛设团体一等奖、二等奖、三等奖若干名，由学院颁发获奖证书和奖励。竞赛团体奖的设定按《安徽电子信息职业技术学院职业技能竞赛管理办法》（院办〔2015〕14号）执行。

## 十一、比赛时间

初赛定于12月4日至8日，决赛定于12月9日（如有变动另行通知）。

## 十二、赛项安全处罚措施

1. 因参赛队伍原因造成重大安全事故的，取消其获奖资格。
2. 参赛队伍有发生重大安全事故隐患，经赛场工作人员提示、警告无效的，可取消其继续比赛的资格。
3. 赛事工作人员违规的，按照相应的制度追究责任。情节恶劣并造

成重大安全事故的，由司法机关追究相应法律责任。

4. 各队成员按照学院新冠肺炎疫情防控要求严格执行防疫措施，否则取消比赛资格。

### 十三、附则

本规程由竞赛组委会负责解释。未尽事宜，另行通知。

安徽电子信息职业技术学院

教学科研处 经济管理学院

二〇二三年十一月