

揭阳职业技术学院第六届

# 大学生科技节

市场营销技能竞赛实施方案(草案)

经济管理系

2018年11月8日

为深入贯彻高职院校“工学结合”的培养理念，推动我院各项特色教学活动的有效开展，加强校企合作，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第五届营销技能大赛，为学生在营销推广、策划组织等方面奠定基础，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

**协办单位：**市场营销协会、经济管理系学生会

### **二、竞赛时间**

2018年11月—2018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，由经济管理系、院实训中心组成，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，由经济管理系学生会、市场营销协会组建设立，负责竞赛的日常事务。

**组委会办公室主任：**林汉顺

**组委会成员：**李国波、黄涓斌、张利雄、陈晓、孙警、谢珊

**办公室联系人及联系方式：**罗富灏 14715919854

**办公室地址：**揭阳职业技术学院学生宿舍E栋楼下经管系学生会

办公室

大赛邮箱：1459008747@qq.com

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、竞赛方式及内容**

### **1. 竞赛方式**

市场营销技能大赛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3-5人，每队必须选出一名团队负责人。

### **2. 竞赛内容**

竞赛采用“方案策划+实战营销”的方式进行。

#### **1) 方案策划**

市场营销技能大赛策划方案由参赛团队根据赞助单位提供营销产品撰写营销策划方案，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。营销方案应具有可行性，能提升企业的知名度，树立良好的品牌形象，提高企业的经济效益，调动消费者的消费积极性。

#### **2) 实战营销**

市场营销技能大赛实战营销环节根据参赛团队撰写营销方案，于12月27日-28日在揭阳职业技术学院校内布点实施。参赛团队在实

战营销过程中要体现产品营销推广需要的专业知识、操作技能、团队合作以及服务意识等。

## 六、大赛实施日程安排

### 1、报名（2018年11月10日至2018年11月23日）

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3，纸质与电子版各一份），纸质档、电子档于2018年11月23日前交到大赛组委会办公室，电子档于备份2018年11月23日前备份发至(邮箱待定)。

### 2、初赛（2018年11月25日至2017年12月20日）

初赛将以“实战营销+策划方案”形式进行。

参赛团队开始以实战营销方式通过各种自主创新促销的方式进行产品销售，产品由赞助单位以团购折扣价提供，参赛团队按照零售价格销售。参赛团队根据自身销售情况向组委会预定产品种及数量，初赛结束再行结算。同时，参赛团队应该按照要求完成产品营销策划书（附件4：营销策划书写作纲要）。策划书将于决赛期间在揭阳职业技术学院校内实施，所以要求营销策划书具有可行性。参赛团队于2018年12月20日前将电子版（发送到大赛邮箱）及纸质版（A4纸双面打印1式2份）交到大赛组委会办公室，参赛团队可由组委会安排或自行联系指导老师。

初赛将根据初赛期间参赛团队的销售成绩（占60%）和营销策划方案（占40%）评比（详见附件1揭阳职业技术学院营销技能大赛初赛评审标准），选出综合成绩较好的5-10支团队进入决赛。

### 3、决赛（2018年12月27-28日）

入选决赛团队由大赛组委会办公室通过电话方式通知，并通过经管系公众号、大赛组委会、市场营销协会等网络渠道进行公示。决赛团队于12月在揭阳职业技术学院校内布点实施营销方案，推广销售营销产品。决赛将以参赛团队决赛日销售成绩及营销方案组织实施成绩计算（详见附件2揭阳职业技术学院营销技能大赛决赛评审标准），根据成绩评选获奖团队。

### 4、大赛培训指导（2017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。

## 七、奖项设置

所有参赛团队将根据销售情况获得赞助单位价差奖励（销售价格-团购价格）。同时将根据销售额评选出6个团队给予奖励。

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。

最佳创意奖：决赛参赛团队中评出最佳创意奖1名，颁发获奖证书与奖品。

销售之星奖：决赛参赛团队中评出最佳销售队员1名，颁发获奖证书与奖品。

## 八、财务预算

按学院相关规定执行。

## 九、特别声明

组委会、作者、作品不得违反国家相关法律、法规，未能预料事项，一经出现，各方协商解决。

### 附件：

1. 揭阳职业技术学院营销技能大赛初赛评审标准
2. 揭阳职业技术学院营销技能大赛决赛评审标准
3. 揭阳职业技术学院大学生科技节报名表
4. 《营销策划书》写作纲要及内容说明

经济管理系

2018年11月8日

## 附件 1:

### 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	
实战成绩	按营销产品销售金额计算，核定销售成绩。 备注：销售团队销售成绩=（销售团队销售金额/排名第一的销售团队销售金额）×60 分	60%	
营销方案成绩	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	10%
		B. 市场现状和策略：提供足够信息，真实反映实际情况	
		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	
		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	
		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	
	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	15%
		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	
		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	
		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	
	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。	15%
		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。	
		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	
	合计	100%	

## 附件 2:

### 揭阳职业技术学院营销技能大赛决赛评审标准

类别	评价标准	权重
实战成绩	决赛成绩将核算销售团队净利润，按照净利润核算销售团队销售成绩。 备注：1. 净利润=销售团队销售金额-销售成本 2. 销售团队销售成绩=（销售团队净利润÷排名第一的销售团队净利润）×60 分	60%
营销方案 组织实施 成绩	1. 方案实施地点选址的合理性	10%
	2. 方案组织实施的合理性	10%
	3. 营销人员营销服务的合理、创新性	10%
	4. 营销人员职业素养	10%
	合计	100%



附件 3:

揭阳职业技术学院第     六     届大学生科技节报名表

参加项目:

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 4:

### 《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。