

第六届“博导前程杯”全国电子商务运营技能竞赛省区赛

参

赛

手

册

(领队教师)

目录

第一部分	大赛背景.....	3
第二部分	报名程序及要求.....	3
第三部分	参赛流程概要.....	4
第四部分	成绩评定.....	5
第五部分	奖项设定.....	21
第六部分	赛程安排.....	21
第七部分	参赛须知.....	22
第八部分	安全须知.....	22
第九部分	联系我们.....	22

第一部分 大赛背景

全国电子商务运营技能竞赛于 2013 年起开始举办，至今已连续成功举办五届。本着“以赛促建、以赛促教、以赛促学”的理念，与 40 所职业院校开展了课赛通融教学改革试验，积累了丰富的教学资源。2018 年紧跟互联网、电子商务产业发展新趋势，围绕行业、企业新技术、新业态和新模式，以提升学生电子商务全网、全链条运营能力为目标，将举办第六届“博导前程杯”全国电子商务运营技能竞赛。

本届竞赛设中职、高职、本科三个组别。竞赛分单项技能竞赛和网店运营竞赛两个独立赛段。其中，网店运营竞赛分省区赛和总决赛两个阶段。

2018 年 5 月 14 日至 9 月 15 日为单项技能竞赛。单项技能竞赛包括客服之星、设计之星、视觉营销之星、H5 之星等赛项，结合企业真实需求，以此锻炼学生客户服务能力、网店设计能力、视觉营销能力、商品拍摄能力、信息处理和搜集能力等电子商务基础技能。

2018 年 10 月 16 日至 10 月 31 日举办网店运营竞赛省区赛。

2018 年 11 月中下旬举办总决赛。网店运营竞赛侧重提升学生关键职业能力，加速基础技能转化，着重考察学生数据分析与应用、新媒体营销、团队协作能力以及创新能力。

第二部分 报名程序及要求

- 1、在线报名及准备时间：2018 年 9 月 1 日-2018 年 10 月 10 日
- 2、线上团队报名截至时间：2018 年 10 月 10 日 24:00
- 3、省区赛团队报名流程

第六届“博导前程杯”全国电子商务运营技能竞赛省区赛阶段为线上报名，线下确认的方式。由教师使用其教师账号统一为参赛团队报名。具体流程如下：

第一步 教师登录 i 博导平台

第二步 进入报名界面

第三步 完成报名

如报名流程有疑问，请关注大赛官方网站：
<http://www.dsdasai.com/portal.php>，并咨询相关工作人员。

第三部分 参赛流程概要

省区赛为省、直辖市、自治区竞赛。竞赛使用北京博导前程信息技术股份有限公司的“博星卓越职业院校电子商务运营技能竞赛平台 V1.0”。

中职省区赛阶段，参赛选手在模拟电子商务环境下，根据企业实际需求，完成商品线上销售核心业务操作并进行模拟运营。

本科、高职省区赛阶段，参赛选手除了在模拟电子商务环境下，根据企业实际需求，完成商品线上销售核心业务操作并进行模拟运营外，须完成网店运营现状及未来发展的团队答辩。

（一）中职组省区赛竞赛内容与建议流程

1. 抽取抽签号，确定竞赛时参赛队伍赛场所坐的位置。
2. 进入赛场，等候比赛开始指令。
3. 比赛开始后，登录省区赛竞赛平台。
4. 根据系统给出的背景资料，对行业背景及网店经营数据进行分析，完成运营决策。
5. 获取原始素材，完成网店装修（分类栏目设计与商品信息维护）。
6. 完成与网店、商品相关，具有营销导向的内容营销图文消息制作。
7. 完成付费推广。
8. 完成微商发布会（社群营销）流程。
9. 完成客户服务（FAQ 设置、客服答疑、订单管理、客户关系维护）。
10. 完成平台活动参与（活动策划、活动内容制作、客户服务）。
11. 竞赛结束。

中职组省区赛竞赛时间：共 2 小时 30 分钟。

（二）本科组、高职组省区赛竞赛内容与建议流程

1. 抽取抽签号，确定参赛队伍赛场所坐的位置。
2. 进入赛场，等候竞赛开始指令。
3. 比赛开始后，登录省区赛竞赛平台。

4. 根据系统给出的背景资料，对行业背景及网店经营数据进行分析，完成运营决策。
5. 获取原始素材，完成网店装修（分类栏目设计与商品信息维护）。
6. 完成与网店、商品相关，具有营销导向的内容营销图文消息制作。
7. 完成付费推广。
8. 完成微商发布会（社群营销）流程。
9. 完成客户服务（FAQ 设置、客服答疑、订单管理、客户关系维护）。
10. 完成平台活动参与（活动策划、活动内容制作、客户服务）。
11. 根据上述网店经营，现场完成该网店未来经营发展方案 PPT，PPT 通过 U 盘的方式提交。
12. 按照抽签顺序完成现场答辩。
13. 竞赛结束。

本科、高职组省区赛竞赛时间：共 2 小时 45 分钟；2 小时 30 分钟完成网店运营及 PPT 制作，答辩时长为 15 分钟。

第四部分 成绩评定

（一）评分方法

竞赛总分为 100 分。

中职组的成绩由软件系统评分+裁判评分构成；

本科、高职组的成绩由软件系统评分+裁判评分+答辩评分构成。参赛团队的最终成绩经复核无误，由裁判长、监督人员和仲裁人员签字确认后公布。

（二）评分标准

1. 中职组省区赛评分标准

网店运营评分标准

	一级类目	二级分类	评分标准	分值
系统	数据分析	商品采购	依据系统给出的行业背景及相应的网店经营数据进行行业、人群数据分析，完成商品采购操作，得 1	1

评分	共计57分	(1分)	分。	
		仓储选择 (1分)	根据运营规划，完成仓储选择操作，得1分。	1
		物流选择 (1分)	根据运营规划，完成物流选择操作，得1分。	1
		包装选择 (1分)	根据运营规划，完成商品包装操作，得1分。	1
		商品定价 (1分)	结合运营规划，完成商品定价操作，得1分。	1
	平台运维	竞价推广 (3分)	1、竞价推广标题编辑： 选择正确的标题词组，选择全部正确得1分，错选、漏选一个扣0.25分，扣完为止。	1
			2、关键词投放： 选择正确的商品关键词，并完成投放，每选择正确一项得0.5分，本项满分1分。	1
			3、关键词投入资金满足投放所需，得1分： 1) 关键词投入总资金>网店初始资金×50%，得0分； 关键词的投入资金无法支持该关键词被点击10次，则得0分。	1
		社群营销-发布渠道选择 (2分)	根据产品与人群定位，选择正确的发布渠道，本小项满分2分，错选、漏选一项，扣0.2分，扣完为止。	2
		社群营销-答疑互动 (3分)	1、互动响应时间，即回复群成员咨询问题的平均答复时间，本小项满分1分： 1) 平均答复时间<30秒，得1分； 2) 30秒≤平均答复时间<60秒，得0.5分； 3) 平均答复时间≥60秒，得0分。	1
	2、答疑质量，本小项满分2分： 答疑质量得分=答疑实际得分/答疑应得总分×2（保留两位小数）。	2		

	客户 服务-FAQ 设置 (5分)	根据商品介绍文档，完成FAQ问题回复设置： 1、完成FAQ常见问题回复选择，选择正确得0.2分，本项满分2分。	2
		2、为FAQ常见问题回复进行分类，分类正确得0.1分，本项满分1分。	1
		3、为FAQ回复选择匹配的触发问题，选择正确得0.2分，错选、漏选得0分，本项满分2分。	2
	客户 服务-客服答疑 (8分)	1、互动响应时间，即回复客户咨询问题的平均答复时间，本项满分4分： 1) 平均答复时间<45秒，得4分； 2) 45秒≤平均答复时间<60秒，得3分； 3) 60秒≤平均答复时间<75秒，得2分； 4) 75秒≤平均答复时间<90秒，得1分； 5) 平均答复时间≥90秒，视为客户丢失，得0分。	4
		2、服务质量，即回复客户咨询问题的质量： 服务质量得分=(服务实际得分/服务应得总分)*4 (保留两位小数)	4
	客户服务-订单 管理 (3分)	根据客户沟通记录，完成订单处理，处理正确得0.3分，本项满分3分。	3
	客户服务-客户 关系管理 (4分)	1、根据系统提供的客户数据，完成客户归类，每归类正确一项得0.2分，本项满分2分	2
		2、针对不同客户群体选择正确投放策略，选择正确得0.2分，若人群归类错误，则该选项得0分，本项满分2分。	2
	平台活动-活动 策划 (1分)	查看行业数据、市场需求，完成活动报名，得1分。	1
	平台活动-客户 服务 (3分)	根据商品介绍文档，完成FAQ问题回复设置更新： 1、完成FAQ常见问题回复选择，选择正确得0.25分，本小项满分1分。	1
		2、为FAQ常见问题回复进行分类，分类正确得	1

			0.25分，本小项满分1分。	
			3、为FAQ回复选择匹配的触发问题，选择正确得0.25分，少选、漏选得0分，本小项满分1分。	1
		营收 (10分)	营收=成交量×商品定价； 营收得分=(小组营收÷全场最高小组的营收)×10分(结果保留两位小数)。	10
		ROI (投入产出比) (10分)	ROI=营收/总花费； 总花费<初始资金×80%，本小项得0分； ROI<1，本小项得0分； ROI得分=(小组ROI÷全场最高小组的ROI)×10分(结果保留两位小数)。	10
	一级类目	二级分类	评分标准	分值
评委评分 共计43分	网店装修	商品标题编辑 (2分)	完成商品标题编写： 1、商品标题需包含商品特点、商品类目，且需与商品有较高相关性，本项满分2分； 2、商品标题不得超过60字符，若超过则本项得0分； 3、商品标题中不得出现关键词堆砌、极限词，若出现则本项得0分。	2
		商品主图、主图 视频制作 (5分)	完成4张商品主辅图片制作并上传： 1、若图片数量不足4张，则商品主图设计整体得0分； 2、图片能区分主图与辅图，得0.5分； 3、图片清晰、明亮、不失真，得0.5分； 4、图片能完整体现商品的外观，主次面清楚，布局合理，构图新颖，商品无变形，本小项满分1分； 5、图片有创意效果，通过辅助手段展示效果特点，本小项满分1分；	3
			完成商品主图视频制作并上传，未上传则商品主图视频制作得0分： 1、9秒≤主图视频时长≤30秒，超过得0分； 2、主图视频清晰，能够体现产品核心卖点，本小	2

			项满分 2 分。	
		商品详情页设计 (8 分)	1、商品详情描述页内容要求： 商品详情页为整图，须包含“商品展示”、“促销信息”、“支付与配送信息”、“售后服务信息”，本项满分 1 分。若商品描述中缺少任何一项，则详情页整体得 0 分。	1
			2、内容设计完善，能够激发消费者购买欲望： 1) 商品展示能够全面展现商品属性、参数（不低于 6 项），且与对应商品相符，本小项满分 0.5 分； 2) 商品展示能够体现商品的特点与卖点，且详实、准确，本小项满分 1 分； 3) 商品描述包含相较于其他同类商品的特点、优势信息，本小项满分 0.5 分； 4) 商品展示能够体现对应的商品细节，本小项满分 1 分； 5) 商品促销信息包含能够体现以促销为目的的宣传标语或文案，内容具有吸引力，能够引起阅读，且不出现超越商品本身价值和功能范围的描述，本小项满分 1 分； 6) 商品支付与配送信息能够明确说明支付与配送方式，本小项满分 0.5 分； 7) 商品售后服务信息能够体现网店售后服务承诺，本小项满分 0.5 分。	5
			3、商品详情描述页经过设计，布局美观： 1) 商品描述若为图片与文字结合形式，能够描述清晰该商品的各项信息（商品属性/参数、商品展示、促销信息、支付与配送信息、售后服务内容），本小项满分 2 分； 2) 商品描述若为纯文本形式，但经过细致设计，能够描述清晰该商品的各项信息（商品属性/参数、商品展示、促销信息、支付与配送信息、售后服务内容），本小项满分 1 分； 3) 商品描述若为纯图片，但图中未包含任何文字描述，则本小项得 0 分。	2
		分类栏目设计	结合网店商品信息，完成移动端网店分类栏目设计：	1

		(5分)	1、未设置分类，本项整体得0分。设置并添加了分类，本项得1分；	
			2、根据分类设置合理性进行评分； 1) 分类名称合理（合理的分类维度可以是商品类型、风格、促销活动等），本小项满分1分； 2) 每个分类下都包含对应商品，且商品与该分类具有相关性，本小项满分1分。	2
			3、根据分类图片的设计进行评分； 1) 分类图片包含名称，得0.5分； 2) 分类图片的尺寸与比例协调程度，得0.5分； 3) 分类图片经过设计，有一定美观度，本小项满分1分。	2
平台运维	内容营销编辑 (5分)		完成图文消息制作，并成功发布： 1、图文标题编辑： 图文标题具有一定吸引力，能够引发读者阅读，本项满分2分；	5
			2、图文内容编辑： 1) 图文内容与网店、产品相关，具有一定营销导向，本小项满分1分； 2) 图文内容经过设计、排版美观，采用图片与文字结合形式，图文搭配合理，文字内容流畅，本小项满分2分。	
			3、若未提交图文信息，或图文消息为空，则视为未参加，则内容营销整体得0分。	
	竞价推广 (2分)	竞价推广主图制作： 1、图片清晰、明亮、不失真，得0.5分； 2、主图布局合理，构图新颖，能完整展现商品，商品无变形，得0.5分； 3、图片文案表述清晰，具有一定创意，本小项满分1分。	2	
	社群营销-产品发布预告 (1.5分)	1、预告内容要求： 预告内容包含“分享主题”、“分享时间”、“分享人信息”、“进群二维码”。本小项满分0.5分。若内容描述中缺少任何一项，则本小项得0	0.5	

			分。	
			2、预告文案简介需具有一定吸引力，本小项满分1分。	1
	社群营销-内容发布 (3.5分)	1、分享内容要求： 分享内容包含产品介绍、产品价格、市场卖点。本小项满分0.5分，若缺少任意一项，则内容发布本项整体得0分；		0.5
		2、产品介绍内容要求： 产品介绍能够全面展现商品属性、参数（不低于5项），本小项满分1分，每缺少一项扣0.2分，扣完为止。		1
		3、产品卖点内容要求： 产品卖点描述能够体现产品材质价值点、消费者需求价值点、社交需求价值点、情感需求价值点，本小项满分1分，每缺少一项扣0.25分，扣完为止。		1
		4、文案编写： 1) 文案内容与网店、产品相关，文案风格贴合消费者需求（或产品价值点），具有一定营销导向，本小项满分0.5分； 2) 文案内容采用图文结合方式，图文搭配合理，文字内容流畅，本小项满分0.25分； 3) 文案内容包含指向网店或具体商品的链接，本小项满分0.25分。		1
		活动内容制作-促销短信编辑 (5分)	完成活动促销短信编写 1、未完成短信编辑，或短信内容为空，则促销短信编辑整体得0分； 2、短信内容中需包含网店名称、活动信息、促销页面链接，本小项满分3分，缺少任意一项，本小项得0分； 3、活动信息与活动主题一致，得1分； 4、短信内容流畅，具有一定吸引力和营销导向，本小项满分1分。 5、短信内容精简、不冗余，不超过140个字符，超过140个字符，则促销短信编辑本项扣1分。	

		活动内容制作-定向海报设计 (6分)	完成活动定向海报设计 1、未完成海报设计,则本项整体得0分; 2、海报设计比例协调、无变形,得1分; 3、海报主题与网店所经营的商品有直接关联性,本小项满分1分; 4、海报主题与网店活动主题一致,得1分; 5、海报的设计具有吸引力和营销导向: 1)海报设计具有一定吸引力,能够引发点击,本小项满分2分; 2)海报传递出明确的营销导向或促销导向信息,本小项满分1分。	6
--	--	-----------------------	---	---

2. 高职组、本科组省区赛评分标准

高职组、本科组省区赛评分标准采用网店运营综合评分与团队答辩评分相结合形式。

其中,网店运营综合评分占80%权重,团队答辩评分占20%权重。

网店运营综合评分标准同中职组评分标准。

网店运营评分标准

	一级类目	二级分类	评分标准	分值
系统评分 共计57分	数据分析	商品采购 (1分)	依据系统给出的行业背景及相应的网店经营数据进行行业、人群数据分析,完成商品采购操作,得1分。	1
		仓储选择 (1分)	根据运营规划,完成仓储选择操作,得1分。	1
		物流选择 (1分)	根据运营规划,完成物流选择操作,得1分。	1
		包装选择	根据运营规划,完成商品包装操作,得1分。	1

		(1分)			
		商品定价 (1分)	结合运营规划，完成商品定价操作，得1分。	1	
平台运维	竞价推广 (3分)	1、竞价推广标题编辑： 选择正确的标题词组，选择全部正确得1分，错选、漏选一个扣0.25分，扣完为止。		1	
		2、关键词投放： 选择正确的商品关键词，并完成投放，每选择正确一项得0.5分，本项满分1分。		1	
		3、关键词投入资金满足投放所需，得1分： 关键词投入总资金>网店初始资金×50%，得0分； 关键词的投入资金无法支持该关键词被点击10次，则得0分。		1	
		社群营销-发布渠道选择 (2分)	根据产品与人群定位，选择正确的发布渠道，本小项满分2分，错选、漏选一项，扣0.2分，扣完为止。		2
	社群营销-答疑互动 (3分)	1、互动响应时间，即回复群成员咨询问题的平均答复时间，本小项满分1分： 1) 平均答复时间<30秒，得1分； 2) 30秒≤平均答复时间<60秒，得0.5分； 3) 平均答复时间≥60秒，得0分。		1	
		2、答疑质量，本小项满分2分： 答疑质量得分=答疑实际得分/答疑应得总分×2（保留两位小数）。		2	
	客户服务-FAQ设置 (5分)	根据商品介绍文档，完成FAQ问题回复设置： 1、完成FAQ常见问题回复选择，选择正确得0.2分，本项满分2分。		2	
		2、为FAQ常见问题回复进行分类，分类正确得0.1分，本项满分1分。		1	
		3、为FAQ回复选择匹配的触发问题，选择正确得0.2分，错选、漏选得0分，本项满分2分。		2	

	客户服务-客服答疑 (8分)	1、互动响应时间，即回复客户咨询问题的平均答复时间，本项满分4分： 1) 平均答复时间<45秒，得4分； 2) 45秒≤平均答复时间<60秒，得3分； 3) 60秒≤平均答复时间<75秒，得2分； 4) 75秒≤平均答复时间<90秒，得1分； 5) 平均答复时间≥90秒，视为客户丢失，得0分。	4
		2、服务质量，即回复客户咨询问题的质量： 服务质量得分=(服务实际得分/服务应得总分)*4 (保留两位小数)	4
	客户服务-订单管理 (3分)	根据客户沟通记录，完成订单处理，处理正确得0.3分，本项满分3分。	3
	客户服务-客户关系管理 (4分)	1、根据系统提供的客户数据，完成客户归类，每归类正确一项得0.2分，本项满分2分	2
		2、针对不同客户群体选择正确投放策略，选择正确得0.2分，若人群归类错误，则该选项得0分，本项满分2分。	2
	平台活动-活动策划 (1分)	查看行业数据、市场需求，完成活动报名，得1分。	1
	平台活动-客户服务 (3分)	根据商品介绍文档，完成FAQ问题回复设置更新： 1、完成FAQ常见问题回复选择，选择正确得0.25分，本小项满分1分。	1
		2、为FAQ常见问题回复进行分类，分类正确得0.25分，本小项满分1分。	1
		3、为FAQ回复选择匹配的触发问题，选择正确得0.25分，少选、漏选得0分，本小项满分1分。	1
	营收 (10分)	营收=成交量×商品定价； 营收得分=(小组营收÷全场最高小组的营收)×10分(结果保留两位小数)。	10
	ROI	ROI=营收/总花费；	10

		(投入产出比) (10分)	总花费<初始资金×80%，本小项得0分； ROI<1，本小项得0分； ROI得分=(小组ROI÷全场最高小组的ROI)×10分(结果保留两位小数)。	
	一级类目	二级分类	评分标准	分值
评委评分 共计43分	网店装修	商品标题编辑 (2分)	完成商品标题编写： 1、商品标题需包含商品特点、商品类目，且需与商品有较高相关性，本项满分2分； 2、商品标题不得超过60字符，若超过则本项得0分； 3、商品标题中不得出现关键词堆砌、极限词，若出现则本项得0分。	2
		商品主图、主图 视频制作 (5分)	完成4张商品主辅图片制作并上传： 1、若图片数量不足4张，则商品主图设计整体得0分； 2、图片能区分主图与辅图，得0.5分； 3、图片清晰、明亮、不失真，得0.5分； 4、图片能完整体现商品的外观，主次面清楚，布局合理，构图新颖，商品无变形，本小项满分1分； 5、图片有创意效果，通过辅助手段展示效果特点，本小项满分1分；	3
			完成商品主图视频制作并上传，未上传则商品主图视频制作得0分： 1、9秒≤主图视频时长≤30秒，超过得0分； 2、主图视频清晰，能够体现产品核心卖点，本小项满分2分。	2
		商品详情页设计 (8分)	1、商品详情描述页内容要求： 商品详情页为整图，须包含“商品展示”、“促销信息”、“支付与配送信息”、“售后服务信息”，本项满分1分。若商品描述中缺少任何一项，则详情页整体得0分。 2、内容设计完善，能够激发消费者购买欲望： 1) 商品展示能够全面展现商品属性、参数(不低	1 5

		<p>于6项), 且与对应商品相符, 本小项满分 0.5 分;</p> <p>2) 商品展示能够体现商品的特点与卖点, 且详实、准确, 本小项满分 1 分;</p> <p>3) 商品描述包含相较于其他同类商品的特点、优势信息, 本小项满分 0.5 分;</p> <p>4) 商品展示能够体现对应的商品细节, 本小项满分 1 分;</p> <p>5) 商品促销信息包含能够体现以促销为目的的宣传标语或文案, 内容具有吸引力, 能够引起阅读, 且不出现超越商品本身价值和功能范围的描述, 本小项满分 1 分;</p> <p>6) 商品支付与配送信息能够明确说明支付与配送方式, 本小项满分 0.5 分;</p> <p>7) 商品售后服务信息能够体现网店售后服务承诺, 本小项满分 0.5 分。</p>		
		<p>3、商品详情描述页经过设计, 布局美观:</p> <p>1) 商品描述若为图片与文字结合形式, 能够描述清晰该商品的各项信息(商品属性/参数、商品展示、促销信息、支付与配送信息、售后服务内容), 本小项满分 2 分;</p> <p>2) 商品描述若为纯文本形式, 但经过细致设计, 能够描述清晰该商品的各项信息(商品属性/参数、商品展示、促销信息、支付与配送信息、售后服务内容), 本小项满分 1 分;</p> <p>3) 商品描述若为纯图片, 但图中未包含任何文字描述, 则本小项得 0 分。</p>		2
		<p>结合网店商品信息, 完成移动端网店分类栏目设计:</p> <p>1、未设置分类, 本项整体得 0 分。设置并添加了分类, 本项得 1 分;</p>		1
	<p>分类栏目设计 (5分)</p>	<p>2、根据分类设置合理性进行评分;</p> <p>1) 分类名称合理(合理的分类维度可以是商品类型、风格、促销活动等), 本小项满分 1 分;</p> <p>2) 每个分类下都包含对应商品, 且商品与该分类具有相关性, 本小项满分 1 分。</p>		2

		<p>3、根据分类图片的设计进行评分；</p> <p>1) 分类图片包含名称，得 0.5 分；</p> <p>2) 分类图片的尺寸与比例协调程度，得 0.5 分；</p> <p>3) 分类图片经过设计，有一定美观度，本小项满分 1 分。</p>	2
平台运维	内容营销编辑 (5 分)	<p>完成图文消息制作，并成功发布：</p> <p>1、图文标题编辑：</p> <p>图文标题具有一定吸引力，能够引发读者阅读，本项满分 2 分；</p>	5
		<p>2、图文内容编辑：</p> <p>1) 图文内容与网店、产品相关，具有一定营销导向，本小项满分 1 分；</p> <p>2) 图文内容经过设计、排版美观，采用图片与文字结合形式，图文搭配合理，文字内容流畅，本小项满分 2 分。</p>	
		<p>3、若未提交图文信息，或图文消息为空，则视为未参加，则内容营销整体得 0 分。</p>	
	竞价推广 (2 分)	<p>竞价推广主图制作：</p> <p>1、图片清晰、明亮、不失真，得 0.5 分；</p> <p>2、主图布局合理，构图新颖，能完整展现商品，商品无变形，得 0.5 分；</p> <p>3、图片文案表述清晰，具有一定创意，本小项满分 1 分。</p>	2
	社群营销-产品 发布预告 (1.5 分)	<p>1、预告内容要求：</p> <p>预告内容包含“分享主题”、“分享时间”、“分享人信息”、“进群二维码”。本小项满分 0.5 分。若内容描述中缺少任何一项，则本小项得 0 分。</p>	0.5
<p>2、预告文案简介需具有一定吸引力，本小项满分 1 分。</p>		1	
社群营销-内容 发布 (3.5 分)	<p>1、分享内容要求：</p> <p>分享内容包含产品介绍、产品价格、市场卖点。本小项满分 0.5 分，若缺少任意一项，则内容发布本项整体得 0 分；</p>	0.5	

		<p>2、产品介绍内容要求：</p> <p>产品介绍能够全面展现商品属性、参数（不低于5项），本小项满分1分，每缺少一项扣0.2分，扣完为止。</p>	1	
		<p>3、产品卖点内容要求：</p> <p>产品卖点描述能够体现产品材质价值点、消费者需求价值点、社交需求价值点、情感需求价值点，本小项满分1分，每缺少一项扣0.25分，扣完为止。</p>	1	
		<p>4、文案编写：</p> <p>1) 文案内容与网店、产品相关，文案风格贴合消费者需求（或产品价值点），具有一定营销导向，本小项满分0.5分；</p> <p>2) 文案内容采用图文结合方式，图文搭配合理，文字内容流畅，本小项满分0.25分；</p> <p>3) 文案内容包含指向网店或具体商品的链接，本小项满分0.25分。</p>	1	
		<p>活动内容制作-促销短信编辑 (5分)</p>	<p>完成活动促销短信编写</p> <p>1、未完成短信编辑，或短信内容为空，则促销短信编辑整体得0分；</p> <p>2、短信内容中需包含网店名称、活动信息、促销页面链接，本小项满分3分，缺少任意一项，本小项得0分；</p> <p>3、活动信息与活动主题一致，得1分；</p> <p>4、短信内容流畅，具有一定吸引力和营销导向，本小项满分1分。</p> <p>5、短信内容精简、不冗余，不超过140个字符，超过140个字符，则促销短信编辑本项扣1分。</p>	5
		<p>活动内容制作-定向海报设计 (6分)</p>	<p>完成活动定向海报设计</p> <p>1、未完成海报设计，则本项整体得0分；</p> <p>2、海报设计比例协调、无变形，得1分；</p> <p>3、海报主题与网店所经营的商品有直接关联性，本小项满分1分；</p> <p>4、海报主题与网店活动主题一致，得1分；</p>	6

			<p>5、海报的设计具有吸引力和营销导向：</p> <p>1) 海报设计具有一定吸引力，能够引发点击，本小项满分 2 分；</p> <p>2) 海报传递出明确的营销导向或促销导向信息，本小项满分 1 分。</p>	
--	--	--	--	--

答辩评分标准

评分点	总分值	评分项	评分要素	分值
完整性	20 分	答辩内容的完整性 (20 分)	1、PPT 或陈述中，是否包含对网店经营团队的介绍（团队名称、团队成员、团队分工与协作方式），满分 1 分。	1 分
			2、PPT 或陈述中，是否包含网店基本信息（网店名称、主营产品类型、已上架商品），满分 4 分。	4 分
			3、PPT 或陈述中，是否包含网店资金状况分析（网店当前总资金、剩余资金、资金花费情况），满分 2 分。	2 分
			4、PPT 或陈述中，是否包含网店经营状况分析（网店进货量、销售量、库存量、销量最佳商品等与网店经营相关数据或表单），满分 4 分。	4 分
			5、PPT 或陈述中，是否包含该网店经营发展规划（允许脱离竞赛平台进行设计，可包含发展目标、经营方式、营销策略、实施计划、团队建设与管理、风险应对策略等方面），满分 9 分。	9 分
创新性	20 分	发展规划的创新性 (20 分)	1、PPT 或陈述中，针对网店经营发展规划，所制定的经营方式具有创新性，满分 10 分。	10 分
			2、PPT 或陈述中，针对网店经营发展规划，所制定的营销策略具有创新性，满分 10 分。	10 分
应用性	40 分	发展规划的可实施性 (30 分)	1、PPT 或陈述中，在网店经营发展规划中，经营方式和营销策略清晰、明确，投入资金少（10 万内），可落地实施，满分 15 分。	15 分
			2、PPT 或陈述中，针对团队建设与管理，有清晰的预估，能给出系统性的团队架构，满分 5 分。	5 分

现场表现	20分		3、PPT或陈述中，针对网店经营发展规划，能够分阶段进行人员安排，并落实到岗位，满分5分。	5分
			4、PPT或陈述中，能够预判未来经营发展中可能存在的风险，制定应对策略，满分5分。	5分
		技术应用的可实施性 (10分)	1、PPT或陈述中，在经营方式及营销策略中，所涉及的技术类开发和应用能够贴合实际，投入资金少(5万内)，落地性强，满分10分。	10分
		PPT设计与制作 (3分)	1、PPT经过设计，结构清晰，排版美观，满分3分。	3分
		陈述表现 (5分)	1、语言规范、口齿清晰、表达流畅，富有感染力，满分2分。	2分
			2、陈述内容与PPT架构基本吻合，具有体系化思路，满分2分。	2分
			3、主要陈述人最多为3人，若陈述人超过1人，则每人所陈述的内容需有清晰的模块划分，不存在杂乱交织的情况，满分1分。	1分
		答辩表现 (7分)	1、文明沟通，态度良好，满分1分。	1分
			2、回答问题思路清晰，逻辑性强，满分3分。	3分
			3、回答问题内容完整、层次分明、重点突出，具有创新性，满分3分。	3分
	团队风貌 (2分)	1、仪容仪表大方、得体，满分1分。	1分	
		2、礼貌待人，用语文明，满分1分。	1分	
	团队协作 (3分)	1、答辩过程中，分工协作，没有队内成员抢话等现象，满分3分。	3分	

3. 比赛晋级

各赛区参加省区赛团队总数的10%进入决赛(中高职、本科分别计算)。

第五部分 奖项设定

(1) 参赛队伍奖项

特等奖按参赛队伍的 5%设置, 一等奖按参赛队伍的 10%设置, 二等奖按参赛队伍的 20%设置, 三等奖按参赛队伍的 30%设置, 设置优秀奖若干名。(小数点后四舍五入)

(2) 指导教师奖项

特等奖、一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖的团队的指导教师为优秀指导教师, 颁发优秀指导教师证书。

第六部分 赛程安排

以下赛程为组委会初步安排, 具体执行过程将根据全国比赛的承办要求, 由各分赛区承办单位及时通知参赛老师及同学。

1. 报到须知

- 1.1 指导教师须将参赛证(表样见附表1)填写完成并加贴一寸照片, 报到日交由承办院校加盖公章后发给参赛队员。
 - 1.2 指导教师报到时需提交参赛学生身份证明材料: 参赛证、学生证原件、学生本人身份证(或户口本复印件)。
 - 1.3. 报到完毕后, 承办院校会有专人带领参观熟悉比赛场地, 请组织好参赛队进行赛前场地熟悉。建议竞赛前一天下午召开指导教师会议, 讲解竞赛注意事项。
 - 1.4 食宿安排: 食宿费及产生的交通费等由各参赛院校自理。
 - 1.5 参赛选手资格经比赛资格审查组审验合格后, 由指导教师在报到时领取相关资料。
 - 1.6 竞赛日进行抽签。抽签后, 各参赛队务必保存好抽签号, 个人原因造成的遗失导致影响比赛, 均由个人承担。
 - 1.7 竞赛配备专用U盘2个。参赛选手禁止携带U盘等带有存储功能的设备, 如被其他参赛队现场举报或被工作人员发现, 经核实后, 视为作弊。
 - 1.8 比赛时, 工作台上摆放白纸、笔, 供同组参赛队员间讨论交流使用。
- ### 2. 日程安排
- 各赛区具体日程安排由承办院校具体通知。

第七部分 参赛须知

1. 参赛院校须安排为参赛选手购买竞赛期间的人身意外伤害保险，确保参赛选手准时参加各项比赛。
2. 食宿费及产生的交通费等由各参赛院校自理。
3. 各参赛队指导教师应准时参加会议，并认真传达会议精神。
4. 在竞赛期间要严格遵守竞赛规则，不得私自接触评委。
5. 竞赛过程中或竞赛后发现问题（包括反映竞赛或其它问题），应由指导教师按要求提出陈述。
6. 竞赛作品及相关资料未经同意不得私自复制或拷贝。

第八部分 安全须知

1. 妥善管理本队人员的日常生活及安全，在人员离开时不要将钱款及贵重物品（如手机、手提电脑、金银手饰等）放在宾馆，以免丢失。
2. 不准随意挪动和破坏消火栓、灭火器、应急灯等消防设施，爱护公共财物，违者除进行经济赔偿外，对情节严重者要追究相关责任。
3. 参赛选手及工作人员不得参与任何违法活动。
4. 严禁携带和私藏各种枪支、弹药及各种管制刀具等凶器；不得储存和携带易燃、易爆及剧毒等危险品。
5. 遵守所住宾馆有关规定。

第九部分 联系我们

如果您对大赛有任何疑问，可通过以下联系方式解决：

大赛信息官网：<http://www.dsdasai.com/portal.php>

竞赛统一咨询电话：400-006-1231

附表 1

第六届“博导前程杯”全国电子商务运营技能竞赛 参赛证	
照 片	姓 名： 出生日期： 学校名称： 团队名称：