

2024 年“尚能杯”院级职业技能大赛
“电子商务技能”赛项

- 1、竞赛方案..... (2-3)
- 2、竞赛规程..... (4-24)
- 3、评分标准..... (25-26)
- 4、训练计划..... (27-29)

2024年“尚能杯”院级职业技能大赛 “电子商务技能”赛项竞赛方案

一、竞赛组织机构

主 任：何松

执行主任：孙忠

委 员（排名不分先后）：章丽、侯月红、周旺

下设技术委员会和仲裁委员会。

（一）技术委员会

主 任：周兴

（排名不分先后）：陈小悠

（二）仲裁委员会

主 任：李秀琴

成 员（排名不分先后）：周红

二、赛项设置和承办单位

（一）赛项名称

电子商务技能（英文名称：E-Commerce Skills）

（二）承办单位

经济与管理系

三、参赛对象

经济与管理系电子商务专业在校学生。

四、奖项设置

(一) 参赛队伍 6-10 (含 10) 支

设一等奖 1 项, 二等奖 1 项, 三等奖 1 项。

(二) 参赛队伍 10 支以上

按一等奖 10%、二等奖 20%、三等奖 30%比例设置奖励。

五、竞赛时间与地点

(一) 竞赛时间

2024 年 5 月 6 日-12 日举办, 具体时间由经济与管理系确定。

(二) 竞赛地点

财贸技能大赛实训室。

六、其他要求

(一) 本赛项组织机构负责做好赛项的宣传、报名及赛项组织工作。

(二) 本赛项组织机构负责做好赛项的技术培训和组织工作; 加强参赛人员的职业道德和操作安全规则教育, 确保文明参赛、安全比赛。

(三) 竞赛成绩由本赛项组织机构在本部门网站公示无异议后, 报教务处统一汇总, 学院统一公布比赛结果。

2024年“尚能杯”院级职业技能大赛

“电子商务技能”赛项竞赛规程

一、赛项名称

赛项名称：电子商务

英文名称：E-Commerce Skills

赛项组别：高等职业教育

赛项归属：财经商贸大类

二、竞赛目标

赛项坚持“以高水平赛事推动职业教育高质量发展”为主线，对接产业前沿技术，引领职业院校专业建设与课程改革，引入行业标准，促进产教融合、校企合作。通过竞赛，考察参赛选手职业道德、职业素养、技术技能水平和创业能力，展示职业教育改革成果，全面提升教学质量，推动电子商务从业人员整体水平的提升，激发大学生电子商务创业热情，推动“大众创业、万众创新”在高等职业教育中落地实施，充分发挥对职业教育“树旗、导航、定标、催化”的作用，推进“岗课赛证”综合育人。

三、竞赛内容

本赛项通过考察参赛选手直播营销、视觉营销、网店运营推广等重要工作任务的完成质量以及选手职业素养作为竞赛内容，全面考察选手的数据分析能力、视觉营销能力、营销策划能力、网络营销能力、直播营销能力、网店运营能力、供应链管理能力和团队合作能力。

表 1 竞赛内容与岗位、知识、技能

竞赛内容	岗位	知识	技能	
视觉营销	网络编辑 网店美工	网店知识包含 PC 店铺、跨境店铺和移动店铺开设流程与规范,商品知识包括商品属性、展示方式、信息采集、美术、网页知识。	文案策划、视觉识别 (VI)、商品图片处理、广告设计 首页设计、详情页设计、专题页设计 网页设计、文档管理等技能。	数据分析能力
网店运营推广	运营经理 推广专员 店长	关键词优化 (SEO), 关键词竞价推广 (SEM), 市场营销 (4P), 消费心理和消费行为学, 采购管理, 财税知识。	网络营销能力 店铺规划能力 供应链管理能力 财务分析能力 团队合作能力	

表 2 竞赛内容与分值、竞赛方式、竞赛时间

竞赛阶段	竞赛内容	分值	竞赛方式	时间
第一阶段	视觉营销: 开设店铺、制作店标, 发挥商品整合能力与视觉营销能力, 发掘顾客看点, 上架商品, 装饰店铺。	50	2 人分工合作	60 分钟

第二阶段	运营推广，经营分析：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目标客户选择、网络营销策略组合和财务分析，使企业的效益最大化。	50	2 人分工合作	120 分钟
------	--	----	---------	--------

（一）视觉营销

情境创设店铺即将要销售拉杆箱、钱包、手拿包、双肩背包、斜挎包五款商品，为了更好地通过视觉营销提升店铺人气，提高商品转化率，现需要结合视觉营销元素，完成五款商品的视觉营销。其中拉杆箱、手拿包、双肩背包、斜挎包四款商品只做 Banner 图，每款商品均提供素材图片，包括商品整体展示图、细节展示图等；钱包这款商品需要做主图和详情页，提供素材图片，包括商品整体展示图、细节展示图、商品评价等。

五款商品的介绍如下：

（1）拉杆箱

拉杆箱是具有拉杆和滚轮的行李箱，通常用来放置旅途所需要的衣物等个人用品，有单管拉杆及双管拉杆之分，尤其适合于需要长途旅行，或者自驾游的人群，可以大大减轻行走的负担。

（2）钱包

钱包可用于装钱或者其他小件物品，便于随身携带使用，通常有巴掌大小，如今钱包除了以上作用外还可以是随身装饰品或当做家庭

照片夹使用。

（3）手拿包

手拿包一般比较小巧，以商业人士使用居多，给人一种绅士并且诚信、专业的感觉，手拿包也方便生意人携带自己的名片、银行卡、手机、驾驶证件、钥匙等。

（4）双肩背包

双肩背包可以用于装行李等小物件，也被广泛当做运动旅行包使用。根据双肩包不同的用途可分为双肩电脑背包、运动双肩包、时尚双肩包等，根据材质的不同可分为帆布包、牛津布包、尼龙布包等。

（5）斜挎包

斜挎包方便而且大方，可跟随人们出入各种场合，斜挎包的结构设计决定包的实用、耐用、舒适等很多方面的性能，长度一般会到臀部的位置，放短点也可把包包搭在腰部。

1、店标(logo)、店招设计与制作

店标（Logo）、店招大小适宜、比例精准、没有压缩变形，能体现店铺所销售的商品，设计独特，具有一定的创新性。

1) 移动电商店铺要求：制作 1 张尺寸为 100*100 像素、大小不超过 80K 的图片作为店标；制作 1 张尺寸为 642*200 像素、大小不超过 200K 的图片作为店招。

2) 网店 Banner 设计与制作 Banner 主题与店铺所经营的商品具有相关性；设计具有吸引力和营销导向；设计规格符合要求。

1) 移动电商店铺要求：制作 1 张尺寸为 608*304 像素、大小不

超过 150K 的图片

（5）商品详情页设计与制作

商品描述中需包含商品信息（图片、文本或图文混排）、商品展示（图片）、促销信息、支付与配送信息、售后信息、评价等。体现该商品的适用人群，及对该类人群有何种价值与优势；商品信息中可以允许以促销为目的宣传用语，但不允许过分夸张。

1) 移动电商店铺要求：商品详情页所有图片总大小不能超过 1536K；图片建议宽度为 480~620 像素、高度不超过 960 像素；当在图片上添加文字时，建议中文字体大于等于 30 号字，英文和阿拉伯数字大于等于 20 号字；若添加文字内容较多，可使用纯文本的方式进行编辑。

（三）网店运营推广

1. 情境创设

参赛团队在给定的运营推广预算范围内，在相同的竞争环境下，分析市场数据，做好区域、商品、人群定位；租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品；根据数据魔方进行搜索引擎优化（SEO）操作、获取尽可能多的自然流量，进行关键词竞价（SEM）推广、获取尽可能多的付费流量，进行站外推广（电视广告、网盟、百度竞价排名）获取尽可能多的站外流量，引导买家进店消费；针对不同消费人群采取不同策略，制定商品价格，促成交易，提升转化率；处理订单，配送商品，结算资金；规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整策略，创造最大利润。

（1）市场数据

市场数据提供市场需求数据和关键词数据。

市场需求数据包括期初 4 类以及以后的十几类商品在 15 个城市中种人群的需求量和市场平均价格。卖家根据市场需求数据，分析热销商品，以尽可能低的价格采购商品；分析买家区域分布，就近建立配送中心；确定目标人群，推出团购、秒杀、套餐、促销等优惠活动，促成交易。

关键词数据提供买家搜索的关键词展现量、点击量、点击率、转化量、转化率、平均点击单价、搜索相关性等信息。根据关键词数据，判断“买家怎么来”。买家通过搜索关键词来寻找所需要的商品，一方面卖家通过优化标题的关键词尽可能匹配买家搜索的关键词，即 SEO，属于自然流量；另一方面卖家通过设置与推广商品相关的关键词和点击价格，在买家搜索相应关键词时获得推广商品展现与点击，卖家按照所获流量（点击数）付费，进行商品精准推广，即 SEM，属于付费流量。卖家通过 SEO 和 SEM 引导买家进店消费。

（2）采购中标规则

只能在有配送中心的城市进行投标。采购投标时，同一种商品投标单价高的成交，直到所有商品全部成交为止。如果竞标价格相同，则与供应商的关系值高的优先成交；如果竞标价格相同，与供应商的关系值也相同，则媒体影响力高的优先成交；继续比较社会慈善，销售额，投标提交的先后顺序来依次交易。

（3）物流运费设置规则

发布商品时卖家可以选择卖家承担运费或买家承担运费。买家承担运费时，卖家可以创建运费模板或者直接输入各种物流方式的物流运费，买家会将商品一口价和物流运费一同支付给卖家；但卖家可以采用任意物流方式运输（只要在买家规定的时间内送达，否则将承担退单的违约责任），配送完成后由卖家支付物流公司的实际运费。卖家承担运费时，买家只需将商品一口价支付给卖家，配送完成后由卖家支付物流公司的实际运费。

创建运费模板时，卖家可分别设置各种物流方式的默认运费及每超过一件需要增加的运费；每超过一件需要增加的运费不能高于默认运费的 0.5 倍；直接输入各种物流方式的物流运费时，此物流运费为整单（若干件）的物流运费。

（4）SEO 优化规则

每种商品最多可以选择 7 个标题关键词，通过优化标题关键词尽可能匹配买家搜索的关键词，在买家搜索某个关键词时，展示与该关键词相关的商品，并取得靠前的自然排名。

SEO 排名得分=关键词相关性（数据魔方提供）*SEO 关键词匹配方式得分*0.4+商品绩效得分*0.06。

SEO 关键词匹配方式分为：完全匹配、高度匹配、部分匹配。

只有当买家搜索的词与卖家设置的标题关键词完全相同时称为完全匹配，SEO 关键词匹配方式得分为 1；当买家搜索的词是卖家设置的标题关键词的子集时称为高度匹配，SEO 关键词匹配方式得分为 0.5；

当买家搜索的词与卖家设置的标题关键词文字部分匹配时称为部分匹配，SEO 关键词匹配方式得分为 0.2。

例如，卖家标题关键词设置为“韩版 棉衣”，三种匹配方式如下：
买家搜索关键词为“韩版 棉衣”时，匹配方式为完全匹配；买家搜索关键词为“韩版”或“棉衣”时，匹配方式为高度匹配；买家搜索关键词为“男款 棉衣”或“韩版 外套”这一类型词时，匹配方式为部分匹配。

商品绩效：

商品绩效得分（总分 100）=商品点击率得分+商品点击量得分+商品转化率得分+商品转化量得分+退单率得分+保修得分。

商品展现量：该商品被展现的次数。

商品点击量：该商品被点击的次数。

商品点击率：商品点击量/商品展现量。

商品转化量：该商品最终达成的成交单数。

商品转化率：商品转化量/商品点击量。

商品退单量：该商品累计退单的数量。

商品退单率：商品退单量/商品成交量（订单数）。

保修：售后服务类型，会产生售后服务费用。

（5）SEM 推广规则

通过对自己所销售商品相关的关键词出具一定的竞价价格，在买家搜索其中某个关键词时，展示与该关键词相关的商品，并取得靠前的搜索排名。

SEM 排名得分=质量分*竞价价格。

质量分=关键词搜索相关性*0.4+商品绩效*0.06。

竞价价格：为取得靠前的排名为某关键词所出的一次点击的价格。

卖家实际为某个 SEM 关键词的一次点击支付的费用=该关键词排名下一名的竞价价格*（下一名的质量得分/本组的质量得分）+0.01

例如，一个卖家 A 与卖家 B 都选取了“办公家具”这个关键词做 SEM 推广，且在该关键词的搜索排名中卖家 A 排名第一，卖家 B 排名第二。卖家 A 竞价价格为 1.5，卖家 B 竞价价格为 1。卖家 A 该词质量分 10 分，卖家 B 该词质量分 8 分。则卖家 A 实际为该关键词一次点击支付的费用=1*（8 分/10 分）+0.01=0.81 元。

SEM 关键词匹配方式分为：精确匹配、中心匹配、广泛匹配。

精确匹配是卖家投放的关键词与买家搜索的关键词完全相同才能被搜索到；

中心匹配是指卖家投放的关键词是买家搜索的关键词的子集时也能被搜索到；

广泛匹配是指卖家投放的关键词与买家搜索的关键词有一部分相同即可被搜索到。

例如：

设置为精确匹配时，卖家投放“棉衣”，买家搜索“棉衣”时可搜索到卖家；

设置为中心匹配时，卖家投放“棉衣”，买家搜索“韩版 棉衣”也可搜索到卖家；

设置为广泛匹配时，卖家投放“韩版 棉衣”，买家搜索“韩版”或“短款 棉衣”时可搜索到卖家。

(6) SEM 管理规则

每个推广组对应一个商品，但是每个商品可以对应多个推广组，所以针对同一个商品的不同关键词设定不同的竞价价格可以更好地达到 SEM 推广效果。

(7) 营销活动设置规则

团购：团购价格=商品价格×团购折扣。

秒杀：秒杀价格=商品价格×50%。

套餐：套餐可组合多种商品搭配出售，套餐价格=套餐包含商品的单价总和。

促销：满就送、多买折扣、买第几件折扣促销。

(8) 资金借贷规则

短贷利率：5%，民间融资利率：15%，长期贷款利率：10%。

(9) 信誉度

获得订单后，在客户的需求期限内正常交货，获得 1 的信誉度；

违约第 1 单，获得-1 的信誉度，违约第 2 单获得-2 的信誉度，

依次类推，违约的第 N 单获得-N 的信誉度。

信誉度为负后无法获得来自综合人群、品牌人群的订单。

3. 任务设计

(1) 办公场所设立

选手可以根据市场数据分析,进行办公场所设立,包含选择办公城市、选择办公场所类型和招贤纳士三部分;根据不同城市的城市影响力、租金差、工资差等信息选择合适的办公城市;根据办公场所的容纳人数、租赁价格、维修费用等信息选择合适的办公场所;根据员工的业务能力、工资增长率及基本工资选择合适的人员。

(2) 配送中心设立

选手可以根据体积、租赁价格、维修费用、管理费用及搬迁费用选择合适的配送中心,并为每个配送中心设置默认的配送区域及默认的物流方式。

(3) 店铺开设

选手可以根据运营策略开设 C 店和 B 店,其中 B 店筹备周期需要 4 期,每期费用为 60。

(4) 网店装修

选手可以根据运营策略,对网店进行装修,装修可以增加视觉值,每种装修费用不同,获得的视觉值也不同。

(5) 采购投标

选手可以根据采购预算,制定采购投标方案进行投标,为店铺采购所需要的商品。

(6) 商品入库

选手可以根据目标人群所在区域,对采购到的商品进行入库,以提高配送时效,降低配送成本。

(7) 商品发布

选手可以对商品进行发布，主要包括设置商品基本信息、采用适合的定价策略进行定价、设置运费模板以及售后服务等。

（8）SEO 优化

选手可以根据市场数据分析，优化商品的标题关键词，以尽可能匹配买家搜索的关键词，在买家搜索某个关键词时，展示与该关键词相关的商品，并取得靠前的自然排名。

（9）SEM 推广

选手可以能够通过对自己所销售商品相关的关键词出具一定的竞价价格，在买家搜索其中某个关键词时，展示与该关键词相关的商品，并取得靠前的搜索排名。

（10）营销活动

选手可以根据目标人群特点，针对性制定营销活动，包括团购、秒杀、套餐、促销等，以提高店铺的转化率。

（11）站外推广

选手可以通过站外流量（电视广告、网盟、百度竞价排名等渠道）来获取新的订单。

（12）订单分发

选手可以根据实际运营情况，对订单进行分发处理，分为手动分发和自动分发两种。

（13）物流选择

选手可以根据运营需求，为不同订单选择不同的物流方式。

（14）货物出库

选手可以根据订单的到货周期，合理安排商品出库。

(15) 财务处理

选手根据运营状况，选择以不同的方式进行资金借贷，并支付人员工资、租赁费、管理费、维修费、应交税费等。

4. 赛题答案以参赛选手的“所有者权益”为主，企业可持续性经营能力为辅计算经营得分，每个赛场根据各队的经营得分进行排序，第一名 50 分，按照名次递减 5 分，第二名 45 分依次类推。

四、竞赛方式

(一) 竞赛形式

电子商务技能赛项将采取线下赛形式进行竞赛。

(二) 组队方式

电子商务技能赛项组队方式为团队赛。

五、竞赛流程

时间		流程	内容	备注
赛前	2024. 5. 10	参赛队参观考场	参赛队熟悉场地	9: 00-11: 00
赛中		第一阶段	视觉营销	14:00-15:00
		中场休息		15:00-15:10
		第二阶段	网店运营推广	15:10-17:10

六、竞赛规则

根据《全国职业院校技能大赛章程》及《2023年安徽省职业院校技能大赛（高职组）方案》中相关规定，制定以下规则：

（一）选手报名

各班级报名选手在本班级学习委员那报名。

（二）熟悉场地

凡参赛选手、裁判员、工作人员、赛项组织者等均须按照赛项执委会要求准时到达赛项举办地点，熟悉场地，做好赛前准备工作。比赛用计算机只允许安装规定的相关软件，现场为各代表队统一提供用品、用具及相关资料。

（三）入场及赛场规则

比赛现场所有参赛选手、指导教师、裁判员和其他工作人员须统一佩戴相关证件，按照赛项相关规定出入指定区域。

各代表队须遵守赛场赛项有关规定，遵从裁判长、裁判员的现场调度和指挥，按照赛场指令完成任务。选手进入赛场，不得携带任何用品、用具、工具书、参考书等相关资料以及水和食品。

在竞赛过程中，参赛选手不得随意离开赛场。参赛选手不得大声喧哗、使用任何移动存储设备、非法访问他人计算机。赛场技术服务区将实时监控上述行为。

（四）离场规则

竞赛结束后，不得将竞赛涉及的用品、用具及资料带出赛场。

(五) 成绩评定与结果公布

竞赛成绩通过计算机自动评分，竞赛过程中相关技术人员不得随意操作系统，从计算机系统输出成绩的全过程需要接受监督仲裁员的监督。

竞赛成绩复核无误后，经裁判长、监督仲裁组签字后进行公示。公示时间为1小时。成绩公示无异议后，由监督仲裁长及相关人员在成绩单上签字，并公布竞赛成绩。

七、技术规范

1、教学标准：《高等职业学校电子商务专业教学标准》和国家级职业教育专业教学资源库《电子商务专业教学资源库》。

2、行业规范：采用主流电商平台的首页、详情页操作规范，SEO 优化规则、SEM 竞价规则。

八、技术平台与环境

品名	规格要求说明
参赛选手计算机	配置要求：酷睿 I5 双核 3.0 以上 CPU；8G 以上内存；100G 以上硬盘；2G 显存以上独立显卡，千兆网卡。预装 Windows7 以上操作系统；预装火狐浏览器；预装录屏软件；预装全拼、简拼、微软拼音等中文输入法和英文输入法；预装 DreamweaverCS6 和 Fireworks CS6 简体中文版；预装 AdobePhotoshop CS6版本。

竞赛平台	包含视觉营销、网店运营推广等重要工作任务，考察选手的数据分析能力、视觉营销能力、营销策划能力、网络营销能力、网店运营能力、商品整合能力和团队合作能力。
现场布置	工位隔断、环境布置、桌椅等
网络连接设备	提供网络布线、千兆交换机、AC控制器、无线AP
竞赛服务器	配置要求：英特尔至强 E5 系列 E5-2683 v4 十六核以上 CPU；16GB 以上内存；硬盘：500G 以上、转速：10000 RPM 或固定P4510；千兆网卡。 预装 Windows Server 2008 R2 操作系统及 IIS 7.5；预装Microsoft SQL Server 2008 数据库。

九、成绩评定

1. 评分方法：分为笔纸测量（或计算机代替）方式评判（依据客观数据评判）和现场操作评价方式评判（依据主观判断评判）。网店运营推广采取测量方式评判；视觉营销采取评价方式评判。

2. 成绩产生方法。按 100 分制计分，由高到低进行排名，如出现总成绩相同的情况，优先以网店运营推广成绩进行排名，若网店运营推广成绩相同则按照视觉营销成绩进行排名。

十、奖项设置

以实际参赛队总数为基数，参赛队伍在6-10（含10支）支以上，设置一等奖1项，二等奖1项，三等奖1项；参赛队

伍10支以上，一等奖10%，二等奖20%，三等奖30%比例设置奖励。（四舍五入保留整数）。

十一、赛项预案

（一）非正常停电

竞赛现场如出现突然非正常停电的，按下述步骤进行处理：

1. 裁判员提示参赛选手在电源保护装置的有效时间内备份计算机操作数据，并等候处理决定；
2. 裁判长视情况决定延迟竞赛；
3. 现场电力恢复后，由裁判组集体商定根据竞赛内容特点的不同可采用继续比赛、顺延比赛时间、重赛等处理办法。

（二）竞赛设备故障

竞赛过程中，如遇竞赛设备故障，按下列程序报告并处理：

1. 参赛选手持“故障”示意牌示意，说明故障现象，裁判员、技术员等应及时予以解决。
2. 确因设备无法继续操作，经由裁判员提出申请，报裁判长批准后，予以启用备用设备。
3. 竞赛设置了关键节点的自动备份功能，裁判长根据实际情况授权工作人员恢复备份数据。
4. 数据恢复正常后，由裁判组集体商定根据竞赛内容特点的不同可采用继续比赛、顺延比赛时间、重赛等处理办法。

（三）参赛队员发生意外受伤或急病等情况

参赛队员发生意外受伤或急病等情况，应按下列步骤进行处理：

1. 参赛选手持“医务”示意牌示意；
2. 现场医务人员迅速到达现场，救治或急送最近医院进行救治；
3. 参赛队其他队员可在不违反有关规定的情况下，协同完成竞赛事项。

十二、竞赛须知

按照《2023年安徽省职业院校技能大赛（高职组）方案》相关制度规定，设计以下规则：

（一）参赛队须知

1、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，所在单班级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。

2、参赛队按照大赛赛程安排，凭参赛证和有效身份证件参加比赛及相关活动。

（二）参赛选手须知

1、参赛选手应按有关要求如实填报个人信息，否则取消竞赛资格。

2、参赛选手凭统一印制的参赛证、有效身份证件参加竞赛，并注意仪容仪表整洁、大方。

3、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。

4、参赛选手请勿携带与竞赛无关的电子设备、通讯设备及其他资料与用品。

5、参赛选手应提前30分钟抵达赛场，凭参赛证、身份证件检录，按要求入场，不得迟到。

6、参赛选手应按抽签结果在指定位置就座。

7、参赛选手须在确认竞赛内容和现场设备等无误后开始竞赛。在竞赛过程中，如有疑问，参赛选手应举手示意，现场裁判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。现场裁判、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，参赛选手应举手示意，现场医务人员按应急预案救治。

8、各参赛选手必须按规范要求操作竞赛设备。一旦出现较严重的安全事故，经裁判长批准后将立即取消其参赛资格。

9、竞赛时间終了，选手应全体起立，结束操作。经现场指挥人员发出指令后，方可离开赛场。

10、在竞赛期间，未经执委会的批准，参赛选手不得接受其他单位和个人进行的与竞赛内容相关的采访。参赛选手不得将竞赛的相关信息私自公布。

（三） 工作人员须知

1、工作人员必须统一佩戴由赛项执委会签发的相应证件，着装整齐。

2、工作人员不得影响参赛选手比赛，不允许有影响比赛公平的行为。

3、服从领导，听从指挥，以高度负责的精神、严肃认真的态度做好各项工作。

4、熟悉比赛规程，认真遵守各项比赛规则和工作要求。

5、坚守岗位，如有急事需要离开岗位时，应经赛场领导同意，并做好工作衔接。

6、严格遵守比赛纪律，如发现其他人员有违反比赛纪律的行为，应予以制止。情节严重的，应向竞赛执委会反映。

十三、申诉与仲裁

按照《2023年安徽省职业院校技能大赛（高职组）方案》中相关制度规定，在比赛过程中若出现有失公正或有关人员违规等现象，代表队领队可在比赛结束后2小时之内向监督仲裁组提出书面申诉。书面申诉应对申诉事件的现象、发生时间、涉及人员、申诉依据等进行充分、实事求是

是的叙述，并由领队亲笔签名。非书面申诉不予受理。赛项监督仲裁组在接到申诉后的2小时内组织复议，并及时反馈复议结果。

申诉方对复议结果仍有异议，可向赛项仲裁提出申诉。

2024年“尚能杯”院级职业技能大赛

“电子商务技能”赛项评分标准

本赛项两个模块：网店运营推广采取计算机方式评判（依据客观数据评判）和视觉营销采取现场操作评价方式评判（依据主观判断评判）。

1、评分方法

比赛内容	分值	评分方法
视觉营销	50	评价方式评分
网店运营推广	50	计算机自动评分

具体评分细则如下：

2、评分细则

项目	内容	评分细则	分值
开设装修	首页	店标设计独特，有一定的创新性，并且能够反映出店铺所销售的商品。	3分
		网店 Banner 图片主题统一，与店铺经营商品具有相关性，banner 设计具有吸引力并且具有一定的营销导向，设计的规格提高店铺整体风格。	6分
		推荐商品及促销活动	3分
	详情页	商品标题体现商品属性特点卖点的关键词（每个关键词 0.2 分，最高到 1 分为止）	3分

		商品图片（1主3辅），图片设计美观，主题突出，有视觉冲击力。	3分
		商品相关属性描述，需包含商品属性，特点，卖点，促销，配送，支付，售后等相关内容的信息；此部分图文混排得分更高。	6分
		商品描述中体现了该商品的适用人群，以及说明了对该类人群的价值及优势。	3分
		商品描述中体现该商品与同类商品相比的特点及优势。	3分
		整个详情页页面布局重点突出，不是所有内容的堆砌，能够抓住消费者的视觉热点，层次清晰，符合视觉营销的基本要求。	4分
	技术要求	图片满足最低数量要求的情况下，不能存在模糊失真或者压缩变形的情况出现。	5分
运营推广 经营分析	软件以各队“所有者权益”为主，企业可持续性经营能力为辅自动计算经营得分，每个赛场根据各队的经营得分进行排序，第一名50分，按照名次递减5分，第二名45分依次类推。	50分	

2024年“尚能杯”院级职业技能大赛 “电子商务技能”赛项训练计划

以国家职业教育专业目录等有关标准为依据，以提升职业院校师生技术技能水平、培育工匠精神为宗旨，坚持以学生发展为中心，以就业为导向，为了提升学生的技能水平，促进学生专业职业能力提升，提高学院人才培养质量，扎实推进学生职业技能大赛工作，面向学生，注重实践，开展专项技能培训，现将电子商务技能大赛训练计划如下：

一、培训背景

增强企业参与专业教学改革主动性和积极性，推动职业教育与产业深度互动，推动职业教育提档升级；深入探索新时代高素质高层次技术技能型财会人才培养模式，拓展技术技能型人才成长通道，提升就业创业本领，服务经济社会发展、服务国家发展战略。

二、培训目标

通过大赛促进职普融通、产教融合、科创融汇，加快数字化赋能职业教育步伐，培养一大批强专业、精数据、懂业务、擅分析、会工具、能决策、守道德、有素养的新时代数智化财会人才，检验和展示高职院校财会类专业教学改革成果和学生数智化财务新技能，实现以赛促教、以赛促学、以赛促改、以赛促建，推进“三教改革”，实现“以赛促教促

学、以赛促建促改”的目标。通过本次技能大赛培训，使学生掌握较好的实践技能，为安徽省职业大赛中好参赛选手选拔。

三、培训方式

培训内容分为强化阶段培训，通过专业教师的单独辅导使学生对参赛内容进行掌握和提高。

四、参赛选手及培训老师

参赛选手为：所有参赛选手

指导老师（排名不分先后）：章丽、侯月红、周兴、李秀琴、周红、陈小悠

五、培训安排

（一）培训地点：电子商务实训室及财贸大赛实训室

（二）培训时间、内容及培训老师：

时间	内容	地点及培养模式
3.20-4.05	开设装修：开设店铺、制作店标，发挥商品整合能力与视觉营销能力，发掘顾客看点，上架商品，装饰店铺。	发布相关资料，学生按照要求做图装修，老师指导，学生练习
4.06-4.28 国庆放假 期间，学生 按照自己	运营推广规则及学习运营推广， 经营分析：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 与目标客户选择、网络营	以学生为主，老师解读规则，讲解要点，学生模拟比赛。

模块练习	<p>销策略组合和财务分析，使企业的效益最大化。</p> <p>在训练的同时和其他学校约网赛，通过比赛了解别人的策略，做到知己知彼。</p>	
4.28 至 (院赛前)	各个模块补缺补差，和其他学校约别赛，通过比赛发现自己的不足和完赛自己的策略。	按照网上约赛时间进行训练指导，平均每 2 天要完成一次约赛。（每次比赛时间需要 6 小时）

六、其他要求

参加培训的学生，在训练期间，要遵守学校的各项规章制度，遵守大赛学生管理办法。