**2021年甘肃省职业院校技能大赛**

**市场营销技能赛项教师组**

**赛**

**项**

**规**

**程**

二〇二一年三月

**一、赛项名称**

赛项名称：市场营销技能

英语翻译：Marketing skills

赛项组别：教师组

赛项归属产业：商业

**二、竞赛目的**

市场营销技能赛项旨在通过营销实战展示和情境营销两项竞赛内容，考察参赛团队的市场调研与分析技能、目标市场选择与定位技能、营销方案设计与活动组织实施技能以及成本核算与财务分析技能。本赛项为各院校师生提供交流借鉴的平台，引领高职院校市场营销专业建设和教学改革，以赛促教，推进专业建设与产业发展对接、课程内容与职业标准对接、人才培养过程与企业营销过程对接，提高市场营销专业人才培养质量和社会认可度与影响力。

**三、竞赛内容**

市场营销技能竞赛包括营销实战展示、情境营销两个竞赛模块。其中，营销实战展示模块考察营销过程中市场调查、产品促销、电话推销、网络客服、大客户拜访等各类典型职业活动的方案设计、组织落实、过程管理等基本专业技能，以及沟通表达、礼仪规范等基本职业素质；情境营销模块不仅考察团队的目标市场选择与定位、竞争策略分析与执行、营销活动策划与组织、成本核算与财务分析等基本专业技能，还进一步考察对充分竞争市场的综合判断分析能力。竞赛中选手将会用到经济学基础、商品学基础、市场营销、市场调查与分析、消费心理学、营销策划、财务管理等课程的综合知识。

**四、竞赛方式**

1.竞赛采取团队比赛方式，每个参赛队由4名选手组成，其中队长一名。选手须为全省高等职业院校在职教师，不限制性别、年级。参赛队不得更换参赛选手，允许队员缺席比赛。

2.各参赛院校要为选手购买大赛期间意外伤害保险和医疗保险。

3.裁判组依据赛项评分方法及评分标准进行评价评分。

4.竞赛采用软件系统操作加主观实践，客观题由系统自动统计评分，主观题如营销实战展示（方案撰写及PPT制作）明确每项公开评分标准和得分点。

抽签时间：竞赛前一天15:00第一次抽签加密、竞赛当天08:30第二次抽签加密。

5.抽签原则：抽签按照《全国职业院校技能大赛制度汇编》要求进行，赛项当天进行两次加密，加密后参赛选手中途不得擅自离开赛场。分别由两组加密裁判组织实施加密工作，管理加密结果。监督员全程监督加密过程。

（1）第一组加密裁判，组织参赛队进行第一次抽签，由队长抽签产生参赛编号，替换参赛队的参赛证等个人身份信息，填写一次加密记录表后，连同选手参赛证等个人身份信息证件，当即装入一次加密结果密封袋中单独保管。

（2）第二组加密裁判，组织参赛队进行第二次抽签，由队长抽签产生确定赛位号，替换参赛队参赛编号，填写二次加密记录表后，连同选手参赛编号，当即装入二次加密结果密封袋中单独保管。

（3）所有加密结果密封袋的封条均需相应的加密裁判和监督人员签字。密封袋在监督人员监督下由加密裁判放置于保密室的保险柜中保存。

（4）参赛队选手凭赛位号进入赛场，不得携带其他显示个人身份信息和违规的物品。现场裁判负责引导参赛队伍至赛位前等待竞赛指令。比赛开始前，在没有裁判允许的情况下，严禁随意触碰竞赛设施和阅读试题内容。比赛中途不得离开赛场。

**五、竞赛流程**

赛项流程见下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **日期** | **时间** | **事项** | **参加人员** | **地点** |
| 裁判员报到日 | 20:00前 | 裁判、仲裁、监督报到 | 工作人员 | 住宿酒店 |
| 参赛队报到日 | 09:00-14:30 | 参赛队报到，安排住宿，领取资料 | 工作人员、参赛队 | 住宿酒店 |
| 09:00-12:00 | 裁判培训会议 | 裁判长、裁判员、监督组、专家组 | 会议室 |
| 13:00-14:30 | 裁判工作会议 | 裁判长、裁判员、监督组 | 会议室 |
| 15:00-16:00 | 领队会、第一次抽签加密（抽序号） | 参赛选手、第一次加密裁判、监督 | 会议室 |
| 16:00-16:30 | 熟悉赛场 | 各参赛队 | 竞赛场地 |
| 16:30 | 检查封闭赛场 | 裁判长、监督组 | 竞赛场地 |
| 16:40 | 参赛领队返回酒店 |  |  |
| 竞赛日 | 07:30 | 参赛队到达竞赛场地前集合 | 各参赛队、工作人员 | 竞赛场地前 |
| 07:30-07:50 | 大赛检录 | 参赛选手，检录工作人员 | 竞赛场地前 |
| 07:50-08:00 | 赛前准备 | 参赛选手、裁判、监督、仲裁 | 竞赛场地 |
| 08:00-08:25 | 开赛式 | 所有人员 | 竞赛场地 |
| 08:25-08:30 | 比赛选手就位，裁判员宣读竞赛须知 | 参赛选手、裁判、监督、仲裁 | 竞赛场地 |
| 08:30-09:00 | 第二次抽签加密（抽工位号） | 参赛选手、第二次加密裁判、监督 | 二次抽签区域 |
| 09:00-10:00 | 营销实战模块PPT制作 | 参赛选手、裁判、专家、仲裁、监督 | 竞赛场地 |
| 10:05-11:35 | 营销实战模块汇报及答辩 | 参赛选手、裁判、专家、监督、仲裁 | 答辩场地 |
| 11:35-12:15 | 午餐 | 参赛选手、工作人员 | 竞赛场地 |
| 12:20-17:20 | 情境营销模块 | 参赛选手、裁判、专家、监督、仲裁 | 竞赛场地 |

**六、竞赛命题**

本赛项包括营销实战展示和情境营销两个模块。承诺于开赛1周前公开赛题。

考核内容包括：

（一）营销实战展示（25分）

参赛院校选取真实商品在真实市场环境中进行真实营销典型职业活动，于竞赛当天在赛场完成活动方案和过程管理的总结文案，并按要求借助PPT进行现场汇报，允许使用Excel、Word、PowerPoint软件进行辅助操作。营销活动选题至少开赛前1周选定并公开，样题如下。

**选题1：市场调研实战**

1．企业背景介绍

山东文正衣品股份有限公司（股票名称：文正股份；股票代码：831556）是一家“新三板”挂牌公司，座落于山东省日照市莒县经济开发区。公司拥有两万平米的现代化标准厂房，千余台先进的电脑缝制设备，二十多家分厂，近千名员工，年生产能力达五百万（件）套，出口额一直领先日照市服装行业。主要产品有精品时装、休闲装、制服工装、校服、医护服装等十几个系列。

2014年12月，“文正股份”成功登陆“新三板”市场，成为莒县第一家、日照市第三家在“新三板”挂牌上市的企业。上市后，文正衣品迅速进入资本市场，拓宽了融资渠道，完善了公司资本构成，为实现公司更快更好的发展奠定了更坚实的基础。公司以此为契机，走上了机制创新、产品创新的快车道，力争在三年内放大产业格局，实现商业模式的再次升级与转变。

目前文正衣品计划开拓大学生校园市场，主要考虑了三种服装类别：商务正装、牛仔类休闲装和其他类休闲装。

2．请在赛前1个月内，设计市场调研方案，确定文正衣品校园市场主营服装类别，并了解该服装类别下的消费者需求偏好等，为该企业开拓校园市场提供决策依据。

3．请在竞赛当日1小时内，借助PowerPoint完成调研方案制作。

要求：

（1）市场调研方案PPT制作

包含但不限于以下几个方面：调研范围及目的、调研方法、与调研方法对应的物料准备、样本数量、调研安排、突发事件处理等。

4．按抽签顺序依次进入汇报场地进行展示汇报（不超过5分钟）。

要求：

（1）普通话标准，口齿清晰，表达流利，声音洪亮，节奏适中；无明显的停顿、磕巴；在规定时间内团队2人以上共同完成展示陈述任务；

（2）团队衣着整洁，在汇报过程中表情自然大方，注意基本的礼仪，能够尊重评委，文明用语。

（3）在汇报过程中不得出现任何学校名称、选手姓名等可暴露参赛选手身份的相关信息。

**选题2：产品促销实战**

1．可选商品种类

可口可乐系列产品；统一方便面系列产品；宝洁洗发水系列产品；康师傅饼干系列产品；金锣火腿肠类系列产品。

2．请在赛前1个月内，从规定的商品种类中任选一种或几种商品的组合，针对本校市场进行促销活动策划。

3．请在竞赛当日1小时内，借助PowerPoint完成促销活动策划方案制作。

要求：

1. 产品促销活动策划方案PPT制作

主要包含但不限于以下几个方面：市场分析、活动目的、目标人群、活动时间、活动主题、活动方式、活动的推广方式、人员安排与组织、费用预算等。

4．按抽签顺序依次进入汇报场地进行展示汇报（不超过5分钟）。

要求：

（1）普通话标准，口齿清晰，表达流利，声音洪亮，节奏适中；无明显的停顿、磕巴；在规定时间内团队2人以上共同完成展示陈述任务；

（2）团队衣着整洁，在汇报过程中表情自然大方，注意基本的礼仪，能够尊重评委，文明用语。

（3）在汇报过程中不得出现任何学校名称、选手姓名等可暴露参赛选手身份的相关信息。

**选题3：全渠道推广实战**

1．企业及产品资料

企业介绍：山东三星集团创建于 1989 年，现在年产值达 160 多亿元，是一家集高端装备机械制造、油脂加工精炼、新型材料研发与生产、热电联产、国际贸易等于一体的大型民营企业集团。全资子公司山东三星玉米产业科技有限公司始建于 1997 年，旗下品牌长寿花是中国玉米油行业领导品牌，是国内最早且规模最大的专业研发生产玉米油的企业。2009 年 12 月 18 日，山东三星玉米产业科技有限公司的在香港联交所主板挂牌上市（股票名称长寿花食品，代码：01006.HK），是中国玉米油行业第一个上市公司。

长寿花立足国内玉米油行业，稳抓稳打，在此基础上发展多元化产业，积极拓展产业线，秉承“绿色健康厨房”的理念，现推出长寿花系列调味品和长寿花系列粮食产品，致力于为家庭带来更好的健康美味，缔造高端健康绿色厨房新未来。

产品介绍：

（1）长寿花稻米油产品特点及优势

①非转基因原料，精选自我国东北等地稻米黄金主产区。

②采用国际领先物理精炼工艺，最大限度保留稻米中的原生营养物质。

③富含稻米油独有的天然谷维素，丰富植物甾醇和维生素 E 等多种营养成份，谷维素 13800PPM（1380 毫克/100 克），植物甾醇12000PPM（1200 毫克/100 克）

④烟点高，高温烹饪油烟少，油质稳定，稻米油加热过程中不易产生大量聚合物，适合中式烹饪，厨房更干净，妈妈更健康。

⑤黏性低，菜肴挂油率低，可更好地减少过多的脂肪摄入，天然抗氧化成分在保持食材原汁原味的同时，使菜肴保鲜度更好。

⑥完美色泽，金黄清亮，醇香回味，清香不油腻，适合各种人群食用。

（2）产品规格及价格

1.8L，49.9 元 5L，138 元

2．请以提高品牌知名度为目的，为其制定符合企业特点的全渠道（线上+线下）推广活动策划方案。

3．请在竞赛当日 1 小时内，借助 PowerPoint 完成推广策划方案PPT制作。

要求：

（1）全渠道推广方案PPT制作

主要针对全渠道推广策划方案进行撰写，包含但不限于以下几个方面：主题、时间、目标、推广策略、预算、效果预测等。

4．按抽签顺序依次进入汇报场地进行展示汇报（不超过 5 分钟）。

要求：

（1）普通话标准，口齿清晰，表达流利，声音洪亮，节奏适中；无明显的停顿、磕巴；在规定时间内团队 2 人以上共同完成展示陈述任务。

（2）团队衣着整洁，在汇报过程中表情自然大方，注意基本的礼仪，能够尊重评委，文明用语。

（3）在汇报过程中不得出现任何学校名称、选手姓名等可暴露参赛选手身份的相关信息。

（二）情境营销（75分）

**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制造型企业，拥有1911万资产，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2），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3），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2）。

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 价格预测图

图2 市场需求图

表3 客户需求信息表

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **季度** | **产品** | **功能** | **市场** | **直销客户数** | **批发商数量** | **零售商数量** | **估计毛利** |
| 1 | P1 | F1 | 本地 | 20 | 30 | 60 | 20 |
| 2 | P2 | F2 | 区域 | 10 | 60 | 30 | 40 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

**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。采用综合评分法确定中标小组，缴纳履约保证金。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。

图3 满就送促销

（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。

图4 媒体位置或时段价格表

**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。

**七、竞赛规则**

1.竞赛前1日16:00—16:30安排各参赛队领队、参数选手熟悉赛场。

2.严禁参赛选手、赛项裁判、工作人员私自携带通讯、摄录设备进入比赛场地。

3.参赛选手所需的硬件、软件和辅助工具统一提供，参赛队不得使用自带的任何有存储功能的设备，如硬盘、光盘、U盘、手机、随身听等。

4.所有参赛选手都必须携带参赛证件进行检录,并遵守大赛举办院校疫情防控要求，比赛期间佩戴口罩。

5.参赛队在赛前10分钟领取比赛任务并进入比赛工位，比赛正式开始后方可进行相关操作。

6.比赛过程中，选手须严格遵守操作规程，确保人身及设备安全，并接受裁判员的监督和指示。因选手原因造成设备故障或损坏而无法继续比赛的，裁判长有权决定中止该队比赛；非因选手个人原因造成设备故障的，由裁判长视具体情况作出裁决。

7.比赛结束（或提前完成）后，参赛队要确认已成功提交竞赛结果，参赛队在确认后不得再进行任何操作。

8.赛项最终得分按100分制计分。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。

9.大赛最终成绩由大赛组委会公示后公布，任何组织和个人，不得擅自对大赛成绩进行涂改、伪造或用于欺诈等违法犯罪活动。

**八、竞赛环境**

（一）比赛环境

1．执委会须在赛前组织专人对比赛现场、住宿场所和交通保障进行考察，并对安全工作提出明确要求。赛场的布置，赛场内的器材、设备，应符合国家有关安全规定。如有必要，也可进行赛场仿真模拟测试，以发现可能出现的问题。承办单位赛前须按照执委会要求排除安全隐患。

2．赛场周围要设立警戒线，防止无关人员进入发生意外事件。比赛现场内应参照相关职业岗位的要求为选手提供必要的劳动保护。在具有危险性的操作环节，裁判员要严防选手出现错误操作。

（二）竞赛场地

1.竞赛场地内设置背景板、宣传横幅及壁挂图，营造竞赛氛围。

2.一个参赛队一个赛位，每个赛位三台电脑，其中一台电脑备用，两张桌子，四把椅子；单个赛位面积3\*2.5m2。

3.局域网络。采用星形网络拓扑结构，安装千兆交换机。网线与电源线隐蔽铺设。采用独立网络环境，不连INTERNET，禁止外部电脑接入。

4.安全保障。采用统一的杀毒软件对服务器进行防毒保护。屏蔽竞赛现场使用的电脑USB接口。部署具有网络管理、账号管理和日志管理功能的综合监控系统。

5.采用双路供电，利用UPS防止现场因突然断电导致的系统数据丢失，额定功率：3KVA，后备时间：2小时，电池类型：输出电压：230V±5%V。

（三）汇报场地

汇报室配备多媒体设备及录音录像设备。

**九、技术规范**

以市场营销学为核心，考核市场营销人才应具备的管理学、微观经济学、消费心理学、营销策划、财务管理等基础知识。 教学标准：《高等职业学校市场营销专业教学标准》（试行）

**十、技术平台**

表5竞赛技术平台软硬件信息

|  |  |
| --- | --- |
| **品名** | **规格要求说明** |
| 竞赛技术平台 | 市场营销综合实训与竞赛系统 |
| 竞赛服务器 | CPU：2颗Quad Core(四核) 2.0G以上；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IIS 7.0；数据库：Microsoft SQL Server 2005企业版。 |
| 参赛选手计算机 | CPU：酷睿I5 双核3.0以上；内存：4G以上；硬盘：500G以上；网卡：千兆网卡；操作系统：Microsoft Windows7操作系统，office 2010, Internet Explorer8.0、Firefox浏览器，预装qq拼音、搜狗拼音、五笔、微软拼音等中文输入法和英文输入法，屏蔽usb等外接存储设备接口。 |
| 网络连接设备 | 提供网络布线、交换机。 |

**十一、成绩评定**

（一）评分标准制定原则

评分标准由赛项专家组制定，赛前公布。严格按照《全国职业院校技能大赛成绩管理办法》中规定的评分方法实施。

（二）评分方法

1．评分方法：评分方式为机考评分与结果评分。

机考评分由答题系统自动评分，裁判长实时汇总各赛位的成绩，经复核无误，由裁判长、监督人员和仲裁人员签字确认。

结果评分由评分裁判依据评分标准判分。客观评分由两名评分裁判独立评分，客观评分不一致的须在计分前及时更正；主观评分由5名评分裁判独立评分，去掉一个最高分和一个最低分后，其余得分的算术平均值作为参赛队伍的最后得分。两名记分员在监督人员的现场监督下负责计分。裁判长在竞赛结束后提交赛位评分结果，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。

在正式公布比赛成绩之前，任何人员不得随意泄露机考评分和结果评分的评分结果。

表3 评分方法

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **比赛内容** | **分值** | **评分方法** | **审核方法** | **公布方法** |
| 营销实战 | 25 | 主观结果评分，由5名评分裁判根据评分标准进行评分，去掉一个最高分和一个最低分后取平均值 | 评分裁判、监督、仲裁签字 | 评分结果在所有比赛内容竞赛结束后，经复核无误并逐层解密后，张榜公布 |
| 情境营销 | 75 | 机考评分 | 参赛选手、现场裁判、裁判长、监督、仲裁签字 |

2．成绩复核：为保障成绩评判的准确性，监督组将对赛项总成绩排名前30%的所有参赛队伍的成绩进行复核；对其余成绩进行抽检复核，抽检覆盖率不得低于15%。监督组需将复检中发现的错误以书面方式及时告知裁判长，由裁判长更正成绩并签字确认。复核、抽检错误率超过5%的，裁判组需对所有成绩进行复核。

3．解密：裁判长正式提交赛位评分结果并复核无误后，加密裁判在监督人员监督下对加密结果进行逐层解密。

4．赛项最终得分：按100分制计分。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。

（三）评分细则

**1．营销实战展示（共计25分）**

表4 营销实战展示模块评分标准

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **评分标准一级指标** | **评分标准二级指标及其分值** | **得分** |
| **一、活动方案设计ppt（13分）** | 1．活动策划的基本要素（好5分，一般3分，差1分） |  |
| 选题一：调研活动 | 2．调研方法选择及物料准备（好6分，一般3分，差1分） |  |
| 选题二：促销活动 | 2．目标市场分析（好6分，一般3分，差1分） |  |
| 选题三：全渠道活动 | 2．推广策略（好6分，一般3分，差1分） |  |
| 3．活动费用预算（好2分，一般1分，差0分） |  |
| **二、文案制作水平****（4分）** | 4．PPT制作质量（好4分，一般2分，差0分） |  |
|  **三、沟通表现及礼仪规范（8分）** | 5．团队配合（好2分，一般1分，差0分） |  |
| 6．时间掌控与语言（好3分，一般2分，差1分） |  |
| 7．礼仪与形象（好3分，一般2分，差1分） |  |
| **四、否定项** | 在文案汇报过程中，一旦出现任何学校名称、选手姓名等可暴露参赛选手信息的相关信息，该竞赛模块直接记为零分。 |  |

**2．情境营销（客观题，75分）**

情境营销考察参赛团队市场营销核心技能：目标是市场分析与选择、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，成绩=所有者权益\* (1+企业综合总分/100)。中途破产的队伍按照破产先后顺序进行排序，如果在同一节点破产，则比较所有者权益。根据各队成绩排序，第一名75分，按照名次递减3分，第二名72分，依次类推。

**十二、赛场预案**

赛场备用工位：赛场提供占总参赛队伍5%的备用工位。

现场应急预案详情，如下：

（一）服务器问题预案

若服务器在比赛过程中出现卡顿、死机等情况，参选选手由队长举手示意裁判，在现场裁判与技术支持人员确定情况后，可更换服务器。更换服务器的等待时间，可在比赛结束后延时。

（二）交换机问题预案

若交换机在比赛过程中出现传输速度慢或无故中断等情况，参选选手由队长举手示意裁判，在现场裁判与技术支持人员确定情况后，可更换交换机。更换交换机的等待时间，可在比赛结束后延时。

（三）PC机问题预案

若PC机在比赛过程中出现死机、蓝屏等现象（重启后无法解决），参赛选手由队长举手示意裁判，在现场裁判与技术支持人员确定情况后，可更换备用工位或更换PC机进行答题。

**十三、申诉与仲裁**

1.各参赛队对不符合大赛和赛项规程规定的仪器、设备、材料、物件、计算机软硬件、竞赛使用工具、用品，竞赛执裁、赛场管理，以及工作人员的不规范行为等，可向仲裁组提出申诉。

2.申诉主体为参赛队领队。

3.申诉启动时，参赛队以该队领队亲笔签字同意的书面报告的形式递交仲裁组。报告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、实事求是的叙述。非书面申诉不予受理。

4.提出申诉应在赛项比赛结束后1小时内向仲裁组提出。超过时效不予受理。

5.仲裁工作组在接到申诉报告后的1小时内组织复议，并及时将复议结果以书面形式告知申诉方。

6.对仲裁组复议结果不服的，可由代表队所在院校校级领导向大赛仲裁委员会提出申诉。大赛仲裁委员会的仲裁结果为最终结果。

7.申诉方不得以任何理由拒绝接收仲裁结果；不得以任何理由采取过激行为扰乱赛场秩序；仲裁结果由申诉人签收，不能代收；如在约定时间和地点申诉人离开，视为自行放弃申诉。

8.申诉方可随时提出放弃申诉。

**十四、竞赛须知**

（一）参赛队须知

1.团体赛不得跨校组队，同一学校相同项目报名参赛队不超过3支,选手须为全省高等职业院校在职教师，不限制性别、年级,每支参赛队由4名参赛选手组成。

2.参赛队应仔细阅读大赛执委会发布的文件内容，确切了解大赛时间安排、评判细节等，以保证顺利参赛；要按执委会统一要求，准时到达赛前说明会现场，会议期间要认真领会会议内容，如有不明之处，可直接向工作人员询问。

3.参赛队按照大赛赛程安排，凭大赛执委会颁发的参赛证和有效身份证件参加竞赛及相关活动。

4.在比赛期间，遵守大赛举办院校疫情防控要求，佩戴口罩；各参赛队要注意饮食卫生，防止食物中毒；各参赛队要保证所有参赛选手的安全，防止交通事故和其他意外情况的发生。

5.参加比赛前要求参赛队为参赛选手购买人身意外伤害保险。

6.各参赛队应在竞赛开始前一天规定的时间段进入赛场熟悉环境。入场后，赛场工作人员与参赛选手共同确认操作条件及设备状况。

7.凡在竞赛期间提前离开的选手，当天不得返回赛场。

8.在竞赛中如遇非人为因素造成的设备故障，经裁判员确认后，可向裁判长申请补足排除故障的时间。

9.本规则没有规定的行为，裁判组有权做出裁决。在有争议的情况下，仲裁工作组的裁决是最终裁决。

10.本竞赛项目的解释权归大赛执委会。

（二）工作人员须知

1.赛项全体工作人员必须服从执委会统一指挥，要以高度负责的态度做好比赛服务工作，按疫情防控要求全程佩戴口罩。

2.全体工作人员要按照工作分区准时到岗，尽职尽责，做好职责工作并做好临时性工作，保证比赛顺利进行。

3.全体工作人员必须佩戴标志，认真检查证件，经核对无误后方可允许相关人员进入指定地点。

4.如遇突发事件要及时向执委会报告，同时做好疏导工作，避免重大事故发生，确保大赛圆满成功。

5.各工作组负责人，要坚守岗位，组织落实本组成员高效率完成各自工作任务，做好监督协调工作。

6.全体工作人员不得在比赛场内接打电话，以保证赛场设施的正常工作。