

## 关于举办四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）的通知

省内各高校：

为深化我省高等教育教学改革，推进我省大学生双创实践，提高学生市场分析和营销实践能力以及团队合作能力，经研究，2026 年四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）——第十届四川省大学生“新山書屋杯”营销策划大赛将于 2026 年 5 月至 9 月举办。现将有关事项通知如下：

### 一、大赛主题

新思问道·山高见远

### 二、大赛内容

为了进一步提升我省高等院校学生的市场研究与商业策划能力，本届大赛联合知名文化品牌“新山書屋”，采用企业命题的形式，通过研究解决新型实体书店与文化商业空间在实际运营中的“真问题”，锻炼培养学生的实践能力。大赛过程中通过专业老师培训、业界人士指导、行业专家评审等方式，让参赛学生能够深入了解当前文化消费市场的发展现状与实际需求，培养学生参与解决企业实际问题的能力。本届大赛要求参赛团队结合实际，从比赛推荐选题出发，围绕企业相关业务领域进行**市场研究与商业策划报告**的撰写，通过大赛为企业提出具体、创新且可落地的商业解决方案。

### 三、参赛要求

（一）参赛对象为四川省各高校在校专科生、本科生、研究生（不含在职）。

（二）每个团队由 3-5 名学生选手组成，其中组长 1 名。指导教师 1 名，指导教师必须是参赛队所属高校在职教师。

（三）参赛选手可与本校其他院系的选手组成团队，鼓励跨院系组队报名。每位参赛者只允许加入一个参赛队，各参赛团队应独立参赛。

（四）参赛团队按本科组和高职组两个组报名参加，团队内参赛选手均为专科生即为高职组，团队内参赛选手有一个及以上本科生即为本科组。本科组与高职组分开评奖。

（五）团队正式报名后原则上不得更换参赛选手，如选手因故无法参加比赛，需所在院校出具书面说明，并经组委会同意后方可更换，大赛开始后不得更换选手。

（六）参赛作品应紧密结合现实需求，从大赛推荐选题出发，以解决实际问题为目标，围绕企业相关业务领域进行市场研究与商业策划报告的撰写。

（七）参赛项目应弘扬正能量，践行社会主义核心价值观，真实、健康、合法、原创。不得含有任何违反《中华人民共和国宪法》及其他法律法规的内容。如有抄袭盗用他人成果、提供虚假材料等违反相关法律法规和违背大赛精神的行为，一经发现即刻丧失参赛资格、所获奖项等相关权利，并自负一切法律责任。

（八）各参赛院校根据要求，做好参赛选手的资格审查工作。大赛执行委员会办公室负责参赛选手最终的资格审查，经审查发现弄虚作假者，将取消该队参赛资格及参赛成绩。

#### 四、比赛赛制

（一）大赛采用校园选拔赛、省级复赛、省级总决赛三级赛制。校园选拔赛由各参赛院校负责组织，省级复赛及省级总决赛由大赛组委会组织。省级复赛由各参赛院校按照校园选拔赛排名前 20%择优遴选本校项目晋级到省级复赛。

（二）大赛将以进入复赛的参赛团队总数为基数，按照排名分别以 10%、20%、30%的比例确定省级一、二、三等奖。

（三）大赛将以省级复赛排名为依据，按一定比例确定进入省级总决赛的团队数量，角逐最终大奖。具体比例另行通知。

#### 五、赛程安排

本次大赛的赛程安排如下，皆为预期时间安排，若有特殊情况导致时间安排变动属正常情况，具体以实际情况为准。

##### （一）各院校宣传及校园选拔赛报名（2026 年 5 月 29 日-6 月 5 日）

各参赛院校需要确定校级比赛的承办学院与负责人，自行组织校园选拔赛的宣传及报名工作。在四川省普通本科高校学科竞赛平台(<http://scxkjs.mooccollege.com/>)可下载比赛相关文件，参赛院校负责人需进入大赛工作群（QQ群：1107338820），比赛后续安排将在参赛群中通知。

请各参赛院校在6月4日12:00前，将附件1-1《四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）参赛院校登记表》盖章扫描版（需院校教务部门签字盖章）及附件1-2《四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）参赛院校登记表》电子版，压缩打包发送至大赛组委会邮箱 yxchds2026@163.com。邮件主题及压缩包命名格式为：参赛院校登记表—院校名称—负责教师姓名—联系电话。

## （二）企业命题宣讲（2026年6月6日-6月9日）

企业命题的详细内容将在校园选拔赛报名正式开启后，并于命题宣讲会之前正式公布。请各院校的负责人密切关注工作群中的通知，以便及时了解最新信息。届时，命题企业将针对命题内容展开详尽的解读与指导，旨在帮助参赛选手深化理解，从而创作出更加出色、符合命题要求的策划方案。

## （三）团队报名（2026年6月10日-6月15日）

参赛选手须进行校内组队，每队3-5名成员，其中组长1名。指导老师1名。团队报名时分本科组和高职组（团队内参赛选手均为专科生即为高职组，团队内参赛选手有一个及以上本科生即为本科组）。校园选拔赛报名由各高校的校园选拔赛负责人进行组织，报名表可参考校园选拔赛报名表（见附件4），各参赛院校负责审查参赛同学的参赛资格。

## （四）校园选拔赛（2026年6月10日-7月17日）

### 1. 校赛组织（2026年6月10日-7月12日）

校园选拔赛由各参赛高校自行组织。每个团队根据企业命题撰写市场研究与商业策划报告。大赛提供的项目报告模板仅供参考（见附件2），各个团队可根据自身的具体情况进行调整与修改，项目报告封面包括项目名称与团队名称信息，但报告中不得出现学校、学生或指导老师等个人信息，字数要求在10000-20000字。报告主体内容应包括市场调研与商业策划两个部分，具体内容要求与打分项可参考项目报告的评分标准（见附件3）。

各个院校以学校为单位，对各个团队的市场研究与商业策划项目书进行初审，根据校内评比结果推选进入省级复赛。各个院校以学校为单位，对各个团队的市场研究与商业策划项目书进行初审，根据校内评比结果按照排名前20%推选本校项目进入省级复赛。

### 2. 校赛项目作品提交（2026年7月13日-7月17日）

7月13日9:00-7月17日12:00,各参赛院校组委会将所有参赛团队的参赛作品与相关文件以附件形式打包发送至大赛组委会邮箱 yxchds2026@163.com,大赛组委会以实际收到的邮件为准,逾期将视作自动弃权。具体要求如下:

①市场研究与商业策划报告。项目报告仅可提交一次,一经提交不可修改,请各团队确认项目报告为最终版本再提交报告 PDF 格式,PDF 命名格式:本科组/高职组-团队名称-报告名称。

②项目原始数据。为保证大赛的公平性与参赛项目的真实性,大赛组委会不限制数据调研平台,但需要各团队提供调研原始数据,并将对各个团队使用数据的真实性进行严格审查。

③评分标准与打分情况。评分标准请参考(见附件3)。

④《原创性声明及作品版权授权书》(见附件7)。需填写完毕并由队长签字后扫描为 PDF 文件。

各院校将提交的作品材料压缩成一个文件,文件内按不同团队进行分类,邮件主题及文件命名格式:校赛作品材料-院校名称-负责教师姓名-联系电话。

#### **(五) 省级复赛(2026年7月17日-8月7日)**

省级复赛将由专家委员会按评审标准对各高校参赛团队的市场研究与商业策划项目书进行匿名评审,确定大赛省级一、二、三等奖。

省级复赛具体安排如下:

##### **1. 复赛报名材料提交(2026年7月17日-7月20日)。**

各参赛院校组委会须在7月17日10:00至7月20日12:00将省级复赛材料以附件形式打包发送至大赛组委会邮箱 yxchds2026@163.com,大赛组委会以实际收到的邮件为准,逾期将视作自动弃权。省级复赛报名提交材料包括:

①附件4《四川省大学生商科实务技能大赛(营销策划赛道)校园选拔赛报名表》

②附件5《四川省大学生商科实务技能大赛(营销策划赛道)校园选拔赛工作总结》

③附件6《四川省大学生商科实务技能大赛(营销策划赛道)复赛推荐队伍名单》

各院校将提交的报名材料压缩成一个文件，邮件主题及文件命名格式：复赛报名材料—院校名称—负责教师姓名—联系电话。

## 2. 复赛团队官网信息填报（2026年7月17日-7月20日）

除将市场研究与商业策划项目书发送至组委会邮箱外，参赛团队队长还需在7月17日9:00至7月20日12:00在四川省普通本科高校学科竞赛平台上（<http://scxkjs.mooccollege.com/>）完成参赛信息填报。团队参赛人员排序按照团队在四川省普通本科高校学科竞赛平台报名时填写的顺序为准。

## 3. 省内匿名评审（2026年7月21日-8月7日）

由大赛专家委员会依据评审标准，对各高校参赛团队的复赛作品进行评审。

## 4. 公布省级复赛成绩与晋级名单（2026年8月7日）

省级复赛成绩将由大赛组委会，根据省级复赛成绩排名，在大赛工作群公布晋级省级总决赛的名单。

## （六）省级总决赛（2026年8月25日）

晋级省级总决赛的所有参赛团队，将共同进入答辩环节角逐最终名次。省级总决赛具体安排如下：

### 1. 总决赛答辩

总决赛答辩共计8分钟，展示环节5分钟，答辩环节3分钟，其余材料提交、具体时间及地点等安排待定，将在大赛工作群通知。

### 2. 省级获奖及总决赛获奖名单公布

省级总决赛最终成绩=匿名评审成绩\*40%+现场答辩成绩\*60%。省级获奖及总决赛获奖名单将在总决赛答辩后提交至教育厅竞赛官网，并由教育厅进行获奖名单公布。

## 六、奖励办法

（一）按照四川省教育厅要求，大赛组委会将以进入复赛的参赛队伍总数为基数，本科组和高职组分开评奖，按照排名确定一、二、三等奖。具体奖项及比例如下：

| 奖项设置  | 获奖比例 |
|-------|------|
| 省级一等奖 | 10%  |

|       |     |
|-------|-----|
| 省级二等奖 | 20% |
| 省级三等奖 | 30% |

- （二）省级获奖团队颁发荣誉证书。
- （三）获得省级一等奖作品的指导教师颁发优秀指导教师奖。
- （四）本次比赛组织优秀的院校，颁发最佳组织奖。
- （五）由主办单位以正式发文形式公布上述竞赛结果。

## 七、赛事组织

- （一）大赛由四川省教育厅主办，西南财经大学承办，四川大学商学院执行。
- （二）大赛由新山書屋传媒公司协办。
- （三）川内各高校相关部门可成立相应的赛事机构，负责本校校园选拔赛的组织实施、作品评审和推荐等工作。

## 八、其他事宜

- （一）大赛后续通知请关注大赛工作 QQ 群（1107338820）。
- （二）大赛获奖名单将在四川省普通本科高校学科竞赛平台中公布。
- （三）其他未尽事宜将在后续通知中进行补充及说明。
- （四）本通知所涉内容的最终解释权，归四川省大学生商科实务技能大赛营销策划赛道组委会所有。

## 九、联系方式

- （一）大赛工作 QQ 群为：1107338820，请各参赛高校指定两名负责教师与一名学生负责人加入该群，便于赛事工作沟通及交流。
- （二）大赛组委会联系人：  
大赛组委会办公室  
四川大学商学院团委 郑洪燕老师  
联系电话：028-85418769  
电子邮箱：1356928958@qq.com  
地址：四川省成都市武侯区四川大学商学院大楼 316 室  
邮编：610065

大赛组委会工作人员

四川大学商学院 孙大宝

联系电话：198-5900-5883

电子邮箱：2116259230@qq.com

地址：四川省成都市武侯区四川大学商学院大楼 316 室

附件 1：四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）参赛院校登记表

附件 2：项目报告参考模板

附件 3：报告内容要求与评审标准

附件 4：四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）校园选拔赛报名表

附件 5：四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）校园选拔赛工作总结

附件 6：四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）复赛推荐队伍名单

附件 7：原创性声明及作品版权授权书

四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）组委会



2026 年 5 月 28 日  
营销策划赛道  
组委会

附件 1-1:

## 四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）

## 参赛院校登记表

| 参赛院校基本信息 |      |       |  |
|----------|------|-------|--|
| 单位名称     | (盖章) |       |  |
| 组别       |      |       |  |
| 负责人姓名    |      | 联系人姓名 |  |
| 电话       |      | 电话    |  |
| 手机       |      | 手机    |  |
| 电子邮件     |      | 电子邮件  |  |
| 单位网站     |      |       |  |
| 地址（含邮编）  |      |       |  |
| 备注信息     |      |       |  |
|          |      |       |  |

备注:

1. 参赛组别填写本科组/高职组。
2. 请于 2026 年 6 月 4 日 12:00 前发送附件 1-1 的盖章扫描件及附件 1-2 的 Excel 电子版打包发送至邮箱 yxchds2026@163.com。
3. 大赛工作 QQ 群为: 1107338820, 请每个参赛高校指定两名负责老师与一名联系学生加入该群, 便于赛事工作沟通及交流。
4. 该表格需要教务部门盖章后将扫描件提交 (仅支持 pdf、jpg、png 格式)。

附件 1-2:

四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）

参赛院校登记表

| 单位名称 | 参赛组别 | 负责人姓名 | 电话 | 手机 | 电子邮件 | 联系人姓名 | 电话 | 手机 | 电子邮件 | 单位网站 | 备注信息 |
|------|------|-------|----|----|------|-------|----|----|------|------|------|
|      |      |       |    |    |      |       |    |    |      |      |      |
|      |      |       |    |    |      |       |    |    |      |      |      |
|      |      |       |    |    |      |       |    |    |      |      |      |
|      |      |       |    |    |      |       |    |    |      |      |      |
|      |      |       |    |    |      |       |    |    |      |      |      |

备注:

- 1. 参赛组别填写本科组/高职组。
- 2. 请于 2026 年 6 月 4 日 12:00 前发送附件 1-1 的盖章扫描件及附件 1-2 的 Excel 电子版打包发送至邮箱 yxchds2026@163.com。
- 3. 大赛工作 QQ 群为：1107338820，请每个参赛高校指定两名负责老师与一名联系学生加入该群，便于赛事工作沟通及交流。
- 4. 该表只需填写好后提交 Excel 电子表格（无需盖章）。

附件 2:

# 四川省大学生商科实务技能大赛 (营销策划赛道)

## 项 目 书

项 目 名 称

团 队 名 称

四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）

组委会制

2026 年 6 月

## 填 写 说 明

一、本届大赛项目报告模板仅供参考，各个团队可根据具体情况进行调整与修改，但要求项目报告封面须包含项目名称与团队名称信息（注：团队名称中不得包含学校、个人等身份信息）；可删除模板中标题括号内的说明性文字，也可以对标题进行适当调整。

二、报告命题需根据企业命题提供的内容进行选择，企业命题将在团队报名结束前公布；可适当对命题题目进行修改，但需要与命题的基本方向与要求保持一致，题目长度一般不超过四十个字。

三、报告总字数要求在 10000-20000 字，报告主体内容应包括市场调研与商业策划两个部分，具体内容要求与打分项可参考项目报告的评分标准（附件 3）。

四、报告中不得出现团队成员姓名、学校、指导老师等身份信息，以符合匿名评审的要求，否则将取消团队参赛资格。

五、提交项目书时，需要同时提交 Word 与 PDF 格式文件。

第一部分：项目基本信息

|                                                                                                                 |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 项目标题                                                                                                            |  |
| <div>摘要</div> <div>（简要说明项目报告的整体内容，包括市场调研的主要问题、模型框架、数据收集与分析方法、研究发现，以及针对研究发现提出的商业策划内容，包括策划目标、实施方案、商业与社会价值等）</div> |  |

## 第二部分：市场研究报告

### 1. 调研背景与问题

（说明本次调研所针对的行业、企业、产品、用户等，通过本次调研想要解决什么问题？计划调研的信息将如何帮助解决该问题？阐明调研的目的与意义）

### 2. 调研设计

（计划如何实施本次市场调研，需要说明的问题包括：调研对象是谁？调研方法是什么？如何获取相关的数据？如何保证数据质量与样本代表性？）

### 3. 数据收集与分析

（说明数据收集的过程，数据的预处理方式，数据分析的方法，定性或定量方法，为什么选取该方法，具体的分析步骤等）

### 4. 分析结果解读

（对分析结果进行详细地解读，能清晰呈现分析结果，并具体说明得出的结果如何回答了开始时提出的调研问题）

### 第三部分：商业策划书

#### 5. 策划实施方案

（根据调研分析结果，能够提出具体的商业策划与实施方案，包括策划目标、具体策略、方案界定等，能够具体解决之前提出的调研问题，具有一定的商业价值与社会价值）

#### 6. 可行性分析

（对商业策划方案的可行性进行评估，包括从所需资源、时间进度、成本投入等方面进行分析，以确保策划方案的可行性）

#### 7. 预期效果评价

（对策划方案所能达到的预期效果，制定相应的评价标准，不过分高估策划方案的实施效果与价值，为后续评价策划方案的有效性提供依据）

#### 8. 项目总结与建议

（对整体的市场调研与商业策划书进行总结，包括项目针对的具体问题、如何通过市场调研进行了信息收集与问题分析、如何在调研发现的基础上策划了具体实施方案，并说明项目书结论的价值与意义，以及对相关行业或企业的策略建议。）

## 附录

### 报告正文部分排版建议

一级标题（黑体、四号）

二级标题（宋体、四号）

三级标题（宋体、小四）

正文（宋体、五号）

行间距（1.5）

（如有更多级标题，可以酌情排版）

其他说明：

- （1）引用其他资料，包括论文、研究报告、书籍等，需用脚注形式标明
- （2）如有访谈提纲、调查问卷或其他等大篇幅材料，需在附录中附上完整材料
- （3）模板括号内的说明性内容可删除

附件 3:

## 四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）

## 项目报告内容要求与评审标准

大赛要求参赛报告分为两大部分：第一部分为市场研究报告，内容包括研究背景与问题、研究设计、数据收集与分析、分析结果解读等。研究报告的评价体系包含问题界定、数据质量、数据分析和研究结论四个一级指标，十二个二级指标，每个二级指标满分 5 分，合计 60 分；第二部分为商业策划方案，针对第一部分的研究结论，提出具体的商业实施方案、可行性分析、预期效果评价、项目总结与建议等内容，该部分的评价体系包括策划目标、方案质量与商业价值、社会价值、方案表现力等四个一级指标，以及八个二级指标，合计 40 分。整体报告要求 10000-20000 字，每个部分约 5000-10000 字。各个部分的内容要求与评审标准如下表所示：

## 第一部分：市场研究报告

| 一级指标 | 指标解读                                                                                                                     | 二级指标               | 评分                                                                                                                                                                            | 得分     |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 问题界定 | 问题界定包括三个方面：1. 针对企业的特定问题与高层沟通，结合宏观数据、行业信息和探索性调研，梳理并确定企业面临的重大决策问题。2. 将重大决策问题转换为信息需求，进而明确调研目的和具体目标。3. 调研问题的逻辑推演和科学提炼，进而形成（明 | 背景信息梳理和决策问题洞察      | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 | 0—15 分 |
|      |                                                                                                                          | 调研目的正确性和调研目标的清晰合理性 | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 |        |

四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）

|      |                                                                                                                                            |                      |                                                                                                                                                                               |        |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
|      | 喻的或隐喻的）研究的概念模型和相应的研究假设。                                                                                                                    | 概念模型和研究假设的合理性        | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 |        |
| 数据质量 | 科学规范的研究设计是数据质量的保证，基本上包括三个维度：1. 精心设计的调研问题，具体表现在定量调研中量表和问卷的设计，以及定性研究中的访谈提纲等；2. 科学合理的调研对象的选择和规模，包括样本的合理性或饱和度；3. 数据收集的现场实施，以及线上调研数据实时收集平台的使用等。 | 量表和问卷设计，或定性研究中的调研提纲  | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 | 0—15 分 |
|      |                                                                                                                                            | 样本设计的合理性             | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 |        |
|      |                                                                                                                                            | 数据的现场收集，或数据收集平台的合理使用 | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 |        |
| 数据分析 | 数据分析不追求复杂高深，但是必须符合统计规范和恰当解决问题，包括数据的预处理方式、数据的分析方法和先进的统计分析软件或平台的使用。                                                                          | 数据预处理的得当性            | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 | 0—15 分 |
|      |                                                                                                                                            | 数据分析的合理性和恰当性         | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 |        |
|      |                                                                                                                                            | 分析技术的先进性及研究的信度和效度    | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 |        |
| 研究结论 | 主要包括对分析结果的清晰呈现和准确解读，研究结果对决策问题的支持和辅助程度，以及研究的创新性。                                                                                            | 分析结果的清晰呈现和准确解读       | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 | 0—15 分 |
|      |                                                                                                                                            | 研究结果对决策问题的支持和辅助性     | 0 1 2 3 4 5<br><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/><br>最差 最好 |        |

四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）

|  |  |        |                                                                                                                                                                                                          |  |
|--|--|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | 研究的创新性 | <div>0 1 2 3 4 5</div> <div><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></div> <div>最差 最好</div> |  |
|--|--|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 第二部分：商业策划方案

| 一级指标              | 指标解读                                                                                                                                       | 二级指标                                                                                                            | 评分                                  | 得分     |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|--------|
| 策划目标              | 能结合第一阶段市场研究的结论，并基于企业的战略目标及资源能力，在考虑当前商业环境的条件下，确定合理的商业策划目标。<br>商业策划目标根据项目的实际情况，可制定长期及中短期目标。长期目标侧重于项目最终给企业带来的改变，属于愿景性目标；中短期目标属于绩效目标，需要明确并具体化。 | <b>契合度：</b> 与企业发展现状及目标、资源能力、价值理念、发展规划、所处环境是否契合                                                                  | 0 1 2 3 4 5<br>□ □ □ □ □ □<br>最差 最好 | 0-10 分 |
|                   |                                                                                                                                            | <b>规范性：</b> 方案界定清晰，符合 SMART 原则，具体的（Specific）、可以衡量的（Measurable）、可以达到的（Attainable）、相关性（Relevant）、截止期限（Time-bound） | 0 1 2 3 4 5<br>□ □ □ □ □ □<br>最差 最好 |        |
| 方案质量<br>与<br>商业价值 | 策划方案能体现市场研究的结果，内容及建议具有一定的专业性、合理性及创新性。同时能基于企业资源和市场情况对实施计划做出较为合理的安排。策划方案所提建议对企业的实际市场发展有一定的启发、参考和借鉴作用。                                        | <b>专业性：</b> 策划方案能体现市场研究的结果、能运用相应的专业理论和方法论展开分析                                                                   | 0 1 2 3 4 5<br>□ □ □ □ □ □<br>最差 最好 | 0-20 分 |
|                   |                                                                                                                                            | <b>创新性：</b> 基于市场研究，所提策划方案与建议具有一定的差异化，如商业模式、应用场景、营销策略等，且能为客户提供更好的价值和满意度。                                         | 0 1 2 3 4 5<br>□ □ □ □ □ □<br>最差 最好 |        |
|                   |                                                                                                                                            | <b>预期绩效：</b> 策划方案能够在可预测的未来为企业带来相应的、可测量的商业价值，如市场销量、利润等。                                                          | 0 1 2 3 4 5<br>□ □ □ □ □ □<br>最差 最好 |        |
|                   |                                                                                                                                            | <b>可行性：</b> 策划方案计划可行性分析。企业可以通过合理整合现有的资源，通过时间、人力及物力的安排，执行方案，以达到既定目标。                                             | 0 1 2 3 4 5<br>□ □ □ □ □ □<br>最差 最好 |        |

四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）

|            |                                            |                                   |                                                                |       |
|------------|--------------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------|
| 社会价值       | 策划方案内容能够帮助企业解决市场研究问题的同时，又能促进良性发展，体现社会价值。   | 符合商业伦理，践行企业社会责任，以促进企业与社会共同长期可持续发展 | <div>0 1 2 3 4 5</div> <div>□ □ □ □ □ □</div> <div>最差 最好</div> | 0-5 分 |
| 方案的表<br>现力 | 策划方案整体内容安排合理，有较好的结构及层次性，逻辑清晰。且方案易于理解，可读性强。 | 策划方案的结构清楚、观点明确、逻辑清晰，且语言组织及表达易于理解  | <div>0 1 2 3 4 5</div> <div>□ □ □ □ □ □</div> <div>最差 最好</div> | 0-5 分 |

附件 4:

四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）校园选拔赛报名表

| 序号    | 单位名称 | 参赛组别 | 团队名称 | 指导教师 | 队长姓名 | 联系电话 | 联系QQ | 团队成员 | 学校 | 学院 | 学号 | 身份证号 | 年级 | 专业 | 校园选拔赛排名 | 是否推荐复赛 |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|----|----|----|------|----|----|---------|--------|
| 1     |      |      |      |      |      |      |      | 队长信息 |    |    |    |      |    |    |         |        |
|       |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |
|       |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |
|       |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |
| 2     |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |
|       |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |
|       |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |
|       |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |
| ..... |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |
|       |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |
|       |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |
|       |      |      |      |      |      |      |      |      |    |    |    |      |    |    |         |        |

备注:

1. 参赛组别填写本科组/高职组。
2. 团队按照校园选拔赛成绩由高到低排序。
3. 请在此表填写报名参与校园选拔赛的所有团队的团队信息，并按前 20%的遴选标准标出进入省级复赛的队伍。
4. 校园选拔赛排名请填写校赛排名。
5. 以上所有信息均为必填项，若有缺失将导致报名不成功。

附件 5:

## 四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）

### 校园选拔赛工作总结

#### 一、文字部分

1. 校园选拔赛基本信息（包括参赛团队总数、参赛总人数、覆盖专业、主体要参赛专业的人员比例等数据）。
2. 选拔赛组织简况和特点。
3. 优秀团队或者队员、指导教师事迹。
4. 学校支持条件。

#### 二、非文字部分

1. 选拔赛前期宣传照片或视频。
2. 选拔赛前期培训照片或视频。
3. 评选、答辩的照片或视频。

附件 6:

四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）复赛推荐队伍名单

| 序号    | 单位名称 | 参赛组别 | 团队名称 | 指导教师 | 队长姓名 | 联系电话 | 联系QQ | 团队成员<br>队长信息 | 学校 | 学院 | 学号 | 身份证号 | 年级         | 专业 | 校园选拔<br>赛排名 |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|--------------|----|----|----|------|------------|----|-------------|
| 1     |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      | 20**级专/本/硕 |    |             |
|       |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |
|       |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |
|       |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |
| 2     |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |
|       |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |
|       |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |
|       |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |
| ..... |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |
|       |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |
|       |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |
|       |      |      |      |      |      |      |      |              |    |    |    |      |            |    |             |

备注:

1. 参赛组别填写本科组/高职组。
2. 队伍按照校园选拔赛成绩由高到低排序。
3. 校园选拔赛排名请填写名次。
4. 以上所有信息均为必填项，若有缺失将导致报名失败。

附件 7:

## 四川省大学生商科实务技能大赛（营销策划赛道）

### 团队成员承诺书

本人代表\_\_\_\_\_团队郑重声明:

本参赛团队郑重承诺自愿遵守营销策划大赛的比赛规则,本参赛项目绝无剽窃、抄袭等侵犯他人知识产权的违法行为。承诺人及项目团队因参赛项目及产品的所有权或独立知识产权等原因发生团队成员间及团队间(或主体间)法律纠纷或矛盾的,与大赛组委会无关。在本次大赛中,认同本届大赛比赛规则,尊重评审意见,团队成员不可采用任何形式阻碍大赛进程,坚决抵制不良现象及行为,认真履行承诺。本承诺书真实可靠,并善意履行本承诺。

团队组长姓名: \_\_\_\_\_

身份证号码: \_\_\_\_\_

团队负责人签名: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

### 市场研究与商业策划方案版权授权书

作为参赛作品《\_\_\_\_\_》的作者,本人完全了解四川省大学生营销策划大赛组委会有关保留、使用本人参赛作品的规定,同意四川省大学生营销策划大赛组委会保留并向国家有关部门或机构送交参赛作品的复印件和电子版,允许参赛作品被查阅和借阅。本人授权四川省大学生营销策划大赛组委会无偿行使《中华人民共和国著作权法》第十条规定的除署名权之外全部的著作权,可以将本人参赛作品的全部或部分内容编入有关数据库进行检索,可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本团队参赛作品。

作者姓名: \_\_\_\_\_

身份证号码: \_\_\_\_\_

团队负责人签名: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日