# 上海商业会计学校——上海杉达学院

# 市场营销（新零售方向）专业中职-本科贯通培养模式

# 转段考核—技能水平测试方案（适用于2019级）

专业技能水平测试是中本贯通学生中职阶段学成后，必须参加的转段考试中的一部分。主要目的是考核学生的管理和市场营销理论知识、电子商务技能操作能力和职业素养。

专业技能水平测试总分为300分，包括两个部分：理论知识测试（150分）、操作技能考试（150分）。另设学生获得荣誉额外奖励加分10分。

# 第一部分：理论知识测试

以中职阶段所学的专业课程的理论部分作为考核内容，重点考查学生管理基础知识和市场营销基础知识的掌握情况。

1. **理论知识测试组卷（客观题与主观题组合，考试时间：120分钟，150分）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **题型、题量**  **题型** | **考试方式** | **题量** | **分值**  **（分/题）** | **配分**  **（分）** |
| 判断题 | 闭卷笔试 | **15** | **1** | **15** |
| 单选题 | **20** | **2** | **40** |
| 多选题 | **5** | **3** | **15** |
| 简答题 | **8** | **5** | **40** |
| 计算题 | **1** | **10** | **10** |
| 案例分析题 | **2** | **15** | **30** |
| 小计 | － |  | － | **150** |

**二、理论知识测试内容覆盖**

**（一）《管理基础知识》**

**1.企业管理**

1.1企业与管理概念

1.2企业管理的意义及原则

**2.企业管理原理**

2.1企业管理理论，代表人物及主要特点

2.2企业管理职能的概念和内容

**3.组织管理**

3.1组织及其要素

3.2正式组织与非正式组织

3.3企业组织结构的概念

3.4管理层次与管理幅度

3.5企业组织结构模式

**4.企业人力资源开发与管理**

4.1人力资源的含义及特点

4.2人力资源规划人物

**5.企业营销管理**

5.1市场营销观念的发展

5.2市场营销管理的内容

5.3企业市场营销管理组合策略

5.4网络营销的概念

**6.企业规划**

6.1规划的含义、意义和基本步骤

6.2预测的含义、类型、程序和方法

6.3决策的含义、类型、过程和方法

6.4计划的含义、类型和构成要素

**7.企业战略**

7.1企业战略的含义

7.2企业外部环境、内部环境分析

7.2企业战略分析的主要方法

7.3企业战略基本类型

**（二）《市场营销基础知识》**

**1.认识市场**

1.1走进市场

1.2认识市场营销

1.3解析营销观念的演变

**2.市场营销基础**

2.1分析营销环境

2.2调研消费者市场

2.3选择目标市场

**3.市场营销组合策略**

3.1选择产品策略

3.2制定产品价格

3.3选择分销渠道

3.4制定促销策略

# 第二部分：操作技能测试

**操作技能测试分为以下三个部分（共计150分）：**

**一、专业技能机考（考试时间：150分钟，配分：120分）**

以中职阶段所学的网店推广专业技能操作作为考核内容，重点考查学生专业技能的掌握情况。包括直通车推广、钻石展位营销和标题优化。通过直通车推广获得关键词竞价排名，增加商品的展现量，获得更高的点击量、点击率、转化量、转化率，在推广过程中采用合理的推广策略提高关键词质量分，降低关键词平均点击花费；通过钻石展位营销定位精准人群，锁定优质资源位，为店铺带来优质流量，增加点击率与转化率；通过标题优化提高商品的自然排名，增加商品展现量，获得更高的点击量、点击率、转化量、转化率。

|  |  |
| --- | --- |
| **技能机考范围** | **配分** |
| 直通车推广 | **30** |
| 钻石展位营销 | **30** |
| 标题优化 | **60** |
| 总计 | **120** |

**（一）技能操作机考重点考查学生应具备和掌握以下的知识和技能**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **机考内容** | **岗位** | **知识** | **技能** |
| 网店推广 | 运营专员  推广专员 | 自然排名优化（标题优化）和竞价推广（直通车、钻石展位），包括推广策略的制定、实施与优化、推广效果数据分析 | 商品分析、关键词分析、标题优化、直通车创意标题优化、关键词添加与出价、人群溢价、钻展推广等技能 |

（二）专业技能操作机考内容要点

| **考试模块** | **考试内容及要点** |
| --- | --- |
| 1.资源分析 | 系统内置的资源数据，辅助网店推广策略的制定、实施与优化。主要是商品数据、关键词数据和人群信息。  商品数据包含产品标题、类目、初始曝光量、点击量、点击率、成交量、转化率和商品信息（标题、属性、短描述、类目）等。  关键词数据提供买家搜索关键词的展现指数、点击率、转化率、竞争指数等。根据关键词数据，判断“买家怎么来”。  人群信息为人群定向策略的制定与实施提供参考。 |
| 2.直通车推广 | 推广计划设置  考生需根据推广资金预算、店铺内商品的详细信息等为商品分配推广方式，并为推广计划设置计划消耗上限、投放时间、投放地域等。  推广计划名称：计划名称是用于记住计划推广的宝贝情况等，方便记忆即可。  设置计划消耗上限：根据系统给定的总推广资金预算、推广目标、推广策略制定计划消耗上限。  投放时间：设置分时折扣。  投放地域：为推广宝贝选择特定的区域进行推广。 |
| 3.钻石展位营销 | 钻石展位营销包括为店铺引流、为宝贝引流两种推广场景，包括设置推广计划、设置推广单元、添加创意等操作。  设置推广计划：推广计划的设置包括设置营销参数、设置基本信息。  设置推广单元：推广单元设置包括设置基本信息、设置定向人群、选择资源位、出价，当推广场景为宝贝引流时还需要选择推广宝贝。  钻石展位通过人群的精准定位锁定精准人群，通过向目标人群强势展现的方式，来提高点击与转化。 |
| 4.标题优化 | 通过直通车推广和钻石展位营销，店铺中商品获得了一定的展现量、点击量、成交量，店铺内商品的交易转化能力获得了一定程度的提高。为提高商品的自然排名，获得自然流量，考生要针对具体的商品进行标题优化。标题优化需要借助关键词数据和商品详细信息，并结合标题撰写原则进行标题关键词的添加、删除、组合，优化后可以通过搜索关键词的方式查看商品的实时排名，并根据排名反馈继续优化标题，直到获得能够满足推广目标的商品排名。 |

**二、实践项目考核 （过程性考核，20分）**

以中职阶段的集中实践环节的项目为考核内容。采用职业素养评价及现场实际操作考核相结合的方式，配分20分。

**三、职业资格鉴定（10分）**

在转段考试技能水平测试中，认定以下专业技能证书：

|  |  |
| --- | --- |
| **证书名称** | **认定分值** |
| 1+X职业技能等级证书（初级）（电子商务） | **7** |
| 普通话水平测试等级证书 | **3** |
| 总计 | **10** |

# 第三部分：奖励加分项目

学生在中职学习阶段如获以下奖励，可获得奖励加分（累计最高分值10分）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **项目类别** | **等级** | **认定分值** |
| 技能比赛 | 国家级一等奖 | 5 |
| 国家级二等奖 | 4 |
| 国家级三等奖 | 3 |
| 市级一等奖 | 3 |
| 市级二等奖 | 2 |
| 市级三等奖 | 1 |
| 奖学金 | 市级一等 | 3 |
| 市级二等 | 2 |
| 市级三等 | 1 |
| 累计最高分值 |  | **10** |

**注：同一奖励类别中如有重复，只取一次最高奖励分值，不累加。**