



中北非国际教育创新联盟
SINO-NORTH AFRICA EDUCATION INNOVATION ASSOCIATION



2023 首届中北非国际职业教育数字化 化创新技能竞赛 《跨境电子商务》赛项技术文件

中北非国际教育创新联盟 (SNAEIA)
首届中北非国际职业教育数字化创新技能竞赛
专家组制定
2023 年 9 月 4 日

“2023 首届中北非国际职业教育数字化创新技能竞赛”

《跨境电商》赛项技术文件

一、赛事定位

赛事名称：首届中北非国际职业教育数字化创新技能竞赛

赛事级别：国际级

中国赛区：2023 年 9 月-11 月

国际总决赛：2024 年 1 月摩洛哥卡萨布兰卡

二、赛事目的

数字化正深刻改变着全人类的生产和生活方式。数字技能成为驱动全球技术创新、促进世界经济增长的重要推动力。赛项设计以跨境电子商务产业发展为驱动，以培养跨境电子商务应用型人才为目标，积极探索跨境电子商务新业态下的国际标准、职业标准与专业教学标准的深度融合，本赛项旨在一带一路范围内以跨境电商产业发展为驱动，以培养服务“一带一路”跨境电商应用型人才为目标，积极探索跨境电商新业态下的国际需求、职业标准与专业教学标准的深度融合，促进相关专业建设、课程建设与教学模式改革，切实提高教学质量和人才培养水平，为职业院校培养技能型、创新创业型跨境电商人才起到引领作用。

三、竞赛内容

本赛项竞赛内容包括商家站内自营销、平台广告营销、搜索引擎广告投放、海外社媒营销、营销推广优化五个模块。

表 1 竞赛内容、涉及岗位、典型工作任务、技术技能

竞赛内容	涉及岗位	典型工作任务	技术技能
商家站内自营	跨境电商运营专员	优惠券创建	店铺运营能力

销	跨境电商营销专员	粉丝营销 折扣营销 场景搭配 EDM 营销	网络营销能力
平台广告营销	跨境电商运营专员 跨境电商营销专员	外贸直通车 商品橱窗 星合短链 联盟营销 顶级展位	店铺运营能力 网络营销能力
搜索引擎广告 投放	跨境电商运营专员 海外推广专员 跨境电商营销专员	搜索引擎营销认知 搜索引擎推广	店铺运营能力 网络营销能力 搜索引擎优化能力
海外社媒营销	跨境电商运营专员 海外推广专员 跨境电商营销专员	海外社媒营销认知 海外社媒营销推广	店铺运营能力 网络营销能力 海外营销能力
营销推广优化	海外推广专员 跨境电商营销专员 跨境电商数据分析 专员	经营数据分析 店铺流量分析 商品数据分析 订单数据分析 市场大盘分析	店铺运营能力 数据分析能力

1.商家站内自营销（10%）

模块包含优惠券创建、粉丝营销、折扣营销、场景搭配、EDM 营销等相关比赛内容，全面考查学生跨境电商优惠券创建、粉丝营销、折扣营销、场景搭配、EDM 营销等技能以及商业敏感度和市场洞察力等素养。该模块根据商家站内自营销等内容设计 1 个典型工作任务，总分 10 分，占总成绩比例 10%。

2.平台广告营销（10%）

模块包含外贸直通车、商品橱窗、星合短链、联盟营销、顶级展位等相关比赛内容，全面考查学生平台规则、运营策略、跨境电商运营决策等技能。该模块根据平台广告营销等内容设计1个典型工作任务，总分10分，占总成绩比例10%。

3.搜索引擎广告投放（10%）

模块包含搜索引擎营销认知、搜索引擎广告系列管理、搜索引擎广告组管理、搜索引擎广告管理、搜索引擎关键字管理、搜索引擎广告效果分析等相关比赛内容，全面考查学生搜索引擎广告系列的创建和管理流程等技能。该模块根据搜索引擎广告投放等内容设计1个典型工作任务，总分10分，占总成绩比例10%。

4.海外社媒营销（20%）

模块包含Facebook营销、TikTok营销、Instagram营销等相关比赛内容，全面考查学生海外社媒营销创建和管理等技能。该模块根据海外社媒营销等内容设计1个典型工作任务，总分20分，占总成绩比例20%。

5.营销推广优化（50%）

模块主要为商家站内自营销、平台广告营销、搜索引擎广告投放、海外社媒营销等典型工作任务进行营销的推广优化，考察选手海外营销推广知识、海外广告投放技能以及创新意识、风险意识、团队协作等素养，能对店铺经营数据、活动效果数据等进行分析，调整经营策略，完成整体店铺运营，实现店铺经营业绩的提升。根据投放效果数据，及时调整优化策略，提升店铺业绩，最终根据各参赛队伍店铺实际业绩进行排名、赋分。该模块总分50分，占总成绩比例50%。

四、竞赛方式

1.不设参赛组别，年龄在16周岁（2007年1月1日以前出生-28

周岁（1995年1月1日以后出生）的在校学生。

2.每支参赛队由选手、指导专家（指导教师）、翻译、团队支持人员（领队）构成，其中选手和指导专家为报名参赛必备人员。

3.根据赛项要求每个参赛队伍由2名参赛学生组成，每支参赛队伍设2名指导教师，1名领队。不允许跨校组队。

五、竞赛流程

具体的竞赛日期，由组委会统一规定，竞赛期间的日程以赛事通知为准。

六、竞赛规则

（一）参赛选手报名

1.参赛队及参赛选手资格：参赛选手须为普通职业学校全日制在校学生年龄在16周岁（2007年1月1日以前出生-28周岁（1995年1月1日以后出生）的在校学生。

2.组队要求：参赛选手必须为同一学校，不允许跨校组队。

3.人员变更：参赛选手和指导教师报名获得确认后不得随意更换。如备赛过程中参赛选手和指导教师因故无法参赛，须由校方于相应赛项开赛10个工作日之前出具书面说明，经大赛组委会办公室核实后予以更换；选手因特殊原因不能参加比赛时，则视为自动放弃参赛资格。

4.各学校负责本校参赛学生的资格审查工作，并保存相关证明材料的复印件，以备查阅。

（二）组织分工、成绩评定及公布

1.参与大赛赛项成绩管理的组织机构包括评审组、监督组和仲裁组等。

2.评审组实行“首席专家负责制”，设首席专家1名，全面负

责赛项的评审与管理工作。

3. 监督组负责对专家组的工作进行全程监督，并对竞赛成绩抽检复核。

4. 仲裁组负责接受由参赛队领队提出的对专家结果的书面申诉，组织复议并及时反馈复议结果。

七、成绩评定

(一) 评分框架

序号	模块	类型	评分细则	任务量	分值	占总 分比
1	商家站内自营销	操作题	该模块根据题目要求完成商家站内自营销内容，每个步骤有对应分值，共10分。	1	10	10%
2	平台广告营销	操作题	该模块根据题目要求完成平台广告营销内容，每个步骤有对应分值，共10分。	1	10	10%
3	搜索引擎广告投放	操作题	1) 创建搜索广告系列；(2分) 2) 设置广告系列相关信息；(2分) 3) 设置广告组；(2分) 4) 设置广告；(2分) 5) 设置预算；(1分) 6) 完成广告的创建。(1分)	1	10	10%

4	海外社媒营销	操作题	1) 创建广告系列；(2分) 2) 创建广告组；(2分) 3) 创建广告；(1分) 4) 完成制定海外社媒平台上的广告投放(需自行设计推广文案和图片)。(共15分,其中文案设计7分,图片设计8分)	1	20	20%
5	营销推广优化	操作题	该模块成绩以各参赛队伍店铺最终经营数据作为主要依据,按照各队的经营得分进行降序排序,第一名50分,按照名次递减1分,第二名49分依此类推。	1	50	50%

(二) 评分方法

1. 作品评选可以采取“先统一标准后评分,去掉最高分和最低分,最后取平均分”的办法。若小组内成员有争议,由主持评分工作的首席专家或首席专家召集评分专家组会议根据竞赛相关文件决定。主持评分工作的首席专家对各小组成绩进行审查和复核。

2. 所有项目成绩汇总表均完成后,由指定其中2个专家成员,对所有项目进行分数复查确认,最终生成参赛队总成绩表,由首席专家签字确认后,将工作任务书、现场所有记录表、确认表等相关纸质文档进行封箱签字,移交到组委会。

3.评分中所有涂改处均需向首席专家说明并备案；在复查中发现的问题均需向首席专家说明并备案。

4.按比赛成绩从高到低排列参赛队的名次。比赛成绩相同，按技能部分成绩较高的名次在前；技能成绩相同，名次并列。

5.最终将比赛所有资料交大赛组委会汇总，所有专家员未经组委会同意不得泄露比赛试题和比赛成绩，比赛结果由大赛组委会进行公布。

6.比赛总成绩满分 100 分。

7.竞赛现场与专家工作现场进行全程视频录像。

8.专家工作在竞赛监督组监督下进行。

八、奖项设定

1.对参加国际总决赛的队伍设金牌、银牌、铜牌和优胜奖。参赛队统一排名，排名第 1 名的参赛队为金奖，颁发金牌及证书；第 2 名和第 3 名的参赛队为银奖，颁发银牌及证书；第 4 名到第 6 名的参赛队为铜奖，颁发铜牌及证书。对 6 名以外但排名前 10 名的选手颁发优胜奖奖牌及证书。

2.对参加国别赛的队伍设一等奖、二等奖和三等奖。一等奖占 10%，二等奖占 20%，三等奖占 30%，颁发相应证书。

3.为各赛项参与执裁的专家颁发执裁证书；

4.为获得一等奖、二等奖参赛队的指导专家颁发优秀指导专家证书；

5.中国赛区各赛项前 10 名的队伍出国参加国际总决赛；