# 电子商务与市场营销综合实训与竞赛系统采购项目

**一、项目概况**

根据《关于加快发展现代职业教育的决定》、《国家人才规划发展纲要（2010-2020年）》《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》的文件精神的要求以及我院人才培养方案，进一步明确高素质技术技能型商科人才培养的具体目标，改革课程结构，优化课程设置，充实教学内容，更新知识体系，不断革新教学方式，使技能型商科人才培养标准始终与时代发展的要求保持一致，使技能型商科人才的知识结构始终与时代进步与知识更新保持同步；既保证知识传授的广度与深度，保证技能型商科人才具有扎实的理论素养，又保证知识的前沿性、先进性，使技能型会计人才的知识结构能够与时俱进，紧跟知识跟新的步伐，还保证知识的传授与知识应用的有机结合，防止学用脱节，保证以用为本的商科人才培养目标能够得以实现。

学院组织开展职业技能竞赛，调动学生的学习兴趣。竞赛能激励学生，通过自己的努力学习可以更快地完成竞赛任务、取得好的竞赛成绩时，提高学习的效率，增强自主学习的动机。因为竞赛的开展可使学生更加明确自己的学习目的和学习任务，能够使学生的心理活动最大限度地集中在能够完成竞赛作业的学习上，从而可达到提高学生能力的目的。同时，技能竞赛有助于提升教师的教学能力和教学水平，技能竞赛的成绩不仅反映出个别参赛选手的职业能力，更能反映出会计专业教师的教学水平。为加强学生岗位通用技术和职业能力，促进学院电子商务和市场营销专业教学改革，学院必须在日常教学过程中强化学生职业能力的培养。

我院为参加全省职业院校电子商务技能和市场营销技能大赛，其电子商务综合实训与竞赛系统和市场营销综合实训与竞赛系统作为此两项比赛的平台。这两款软件是2020年刚升级的全省与全国职业院校电子商务、市场营销技能大赛高职组训练平台。这两款软件还为2020年全国各省、自治区、直辖市的省赛赛事提供全面可靠的技术支持和服务保障，秉承公益、客观、公正的原则，全面支持全省与全国职业院校技能大赛高职组电子商务和市场营销技能比赛，保障赛事平台稳定可靠。这两款软件在技能竞赛平台建设经验丰富、资源丰富、服务及品质能够得到保障。

**二、实训设备采购的必要性**

电子商务和市场营销作为商科类的两个传统老牌专业，在新技术、新产业、新模式下飞速发展，尤其是电子商务近年来更是突飞猛进。电子商务和市场营销行业的火爆每年为我院引流的大量的优质生源，福建省职业院校技能大赛电子商务赛项和市场营销赛项也是从2015一直延续到今。目前我省80%以上设有电子商务或市场营销专业的公立院校已采购该套设备，以赛促教，提高学生的竞赛水平和能力迫在眉睫。

中教畅享（北京）科技有限公司作为教育部全国职业院校技能大赛电子商务技能和市场营销技能赛项的唯一技术支持平台提供商，根据教育部全国职业院校技能大赛组织委员会对电子商务和市场营销技能大赛的指导原则，每年根据最新的行业职业对人才诉求的核心技能对平台进行免费升级更新。教师借助平台有的放矢地指导学生进行模拟实训及考核学生岗位职业技能，进而夯实学生专业技能和提升职业素养，十分符合我校现阶段教学、实训、竞赛训练需要。

**三、新设备对应课程及实训项目**

对应课程：《电商客服》、《数据收集与分析》、《市场调查与分析》、《市场营销策划》、《ITMC市场营销实训》对应实训项目：福建省与国家电子商务技能大赛训练、福建省与国家市场营销技能大赛训练。

**电子商务与市场营销综合实训与竞赛系统采购项目购置清单预算**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 设备名称 | 规格、型号（主要技术参数） | 数量 | 单价（元） | 单价来源 | 金额（元） | 存放位置 |
| 1 | 电子商务综合实训与竞赛系统 | 一、内容要求电子商务综合实训与竞赛系统应设置网店开设装修、网店运营推广、网店客户服务三项典型工作任务，并以典型工作任务的完成质量以及学生的职业素养作为主要内容，全面考察学生的商品采编能力、视觉营销能力、网络营销能力、客户服务能力、网店运营能力以及团队合 作能力。电子商务综合实训与竞赛系统可满足福建省电子商务职业技能竞赛的实训需求。二、功能要求1. 电子商务综合实训与竞赛系统应基于B/S架构设 计，不需要安装客户端，通过浏览器访问，可支持基于校园网的应用；2. 电子商务综合实训与竞赛系统应设置在线升级和自动升级按钮，无需下载升级包便可一键升级；3. ★网店开设装修应针对PC店铺、移动店铺、跨境店铺三类店铺设立PC端装修、移动端装修、跨境装修三个入口；4. PC店铺开设装修应按照开店流程设 计实训任务,包括店铺开设、店标设 计、网店Banner、详情页设 计、促销活动和热销商品等实训任务；5. 移动店铺装修应包含店标设 计、店招设 计、网店Banner、详情页设 计等实训任务；6. ★跨境店铺装修应包含跨境店铺开设、网店Banner、详情页设 计三个典型实训任务,跨境店铺开设中应设置店铺基本信息和经营信息等实训任务；详情页设 计中应设置产品所属平台类目、产品基本信息、产品销售信息、产品内容描述等实训任务；7. 网店开设装修应设置专家评分模块,可针对学生实训结果进行评价,针对PC店铺、移动店铺、跨境店铺、营销策划和视觉营销设置详细的评分体系及入口； 8. ★网店运营推广应设置店长、推广专员、运营主管和财务主管四个角色；9. 网店运营推广中应由系统担当买家，形成基于购买行为的数据魔方，包含市场需求数据和关键词数据，避免人为的主观判定因素，构建数据分析与运营推广的闭环。10. 网店运营推广中市场需求数据应包括期初4类以及以后的十类以上商品在至少15个城市中四种人群的需求数量和市场平均价格；关键词数据应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。11. ★网店运营推广应根据网店运运营推广的实际流程设 计实训任务，实训任务包括：办公场所设立、配送中心设立、店铺开设、网店装修；采购商品、商品入库；商品发布后,系统需设置搜索引擎优化（SEO）任务,让卖家可以获取尽可能多的自然流量，系统需设置关键词竞价（SEM）推广和SEM管理任务,让卖家获取尽可能多的付费流量；系统需设置团购、秒杀、套餐、促销、站外推广等典型任务，提升转化率；系统需设置订单分发、物流选择、货物出库和货物签收等实训任务，以便卖家合理配送商品，结算资金；系统应设置财务相关实训任务,以便让卖家合理规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整经营策略，创造最大利 润。12. ★网店运营推广中针对SEO应设置最多7个优化标题关键词与买家搜索的关键词进行匹配的方式。13. 网店运营推广中可以针对每个商品设置多个推广组，并能针对不同关键词设定不同的竞价价格以更好的达到SEM推广效果。14. ★运营推广中针对站外推广应设 计通过央视、网络广告联盟、百度竞价排名等渠道来获取流量的实训任务。15. ★运营推广中应设置相关的辅助工具,包括:店铺管理、员工管理、库存管理、媒体中标信息、采购中标信息、物流路线查询、物流折扣管理、排行榜、企业信息等； 16. ★ 运营推广中应设置相关的经营分析内容，包括：现金流量表、财务报表、市场 占有率、订单汇总统计、进店关键词分析等； 17. 网店客户服务设 计应采用机器人模拟至少30个买家，让学生通过在线即时聊天工具完成多类目商品售前、售中、售 后 服务，针对卖家的回复采用软件自动评分；18. 网店客户服务中应提供背景资料，提供常见问题解答(规定话术)；19. 网店客户服务中应提供快捷回复设置,以方便学生进行规定话术设置，以提高响应速度；20. 网店客户服务中，学生在回答每一个问题后，系统需有相应的反馈，显示这道题是否回答正确、得分多少、耗时多少等信息。21. 网店客户服务中针对学生训练的不同水平，可设置每一道题的答题响应时间。22. 网店客户服务中教师可以看到学生的答题情况，包括分数、答题数目、答题时间等信息，方便教学信息统计与管理。 | 1 | 178000 | 各厂家价格对比 | 178000 |  |
| 2 | 市场营销综合实训与竞赛系统 | 一、总体要求本项目以培养市场营销行业急需人才的核心能力为目标, 以企业营销与策划的实践为核心，结合相关教学资源,锻炼学生的市场调研与分析、销售模式的分析、消费者行为分析、产品定位与功能定位、竞争对手分析和选择目标市场及团队合作能力,提升市场营销类专业学生的技术技能水平, 提高人才培养质量,促进市场营销专业建设和改革,有效推进专业建设与产业发展对接 。系统可满足福建省电子商务职业技能竞赛的实训需求二、技术及功能要求1. 系统应基于B/S架构设计，不需要安装客户端，通过浏览器访问，可支持基于校园网的应用；2. 系统应设置在线升级和自动升级按钮，无需下载升级包便可一键升级；3. 系统的操作界面由经营状态和任务导航两部分组成。经营状态能够形象直观的显示企业的基本运营状态。采用典型工作任务驱动的方式开展教学，不能使用复杂的参数表、层层定义来实现各功能的模式；4. 系统需将规则嵌入到相应操作步骤中，针对每一步重要的操作采用确认提醒机制，避免不必要失误；5. 系统需设计公司总裁、营销总监、直销经理、批发经理、零售经理、运营总监、财务总监7个角色；6. ★系统需设计直销、批发、零售三种销售模式；7. ★系统针对直销的销售流程设计应包含但不限于：开发客户、投标报名、资格预审、购买标书、投标、中标公示等；8. 系统针对批发选单需自动判断在每个产品的每个市场各小组投入广告费用的多少，并按照由高到低的顺序进行排序，决定各小组选单顺序，并且可以允许多小组多市场同时进行订单选择；9. ★系统需针对零售设计多类消费人群，包含但不限于：情感型、习惯型、理智型、冲动型、经济型、不定型，并针对不同消费人群设计不同的成交策略，提升学生在价格、促销、媒体广告等多方位策略组合的能力；10. ★系统针对零售商应设定相应的参数，包括：市场覆盖率、市场敏感度、回款周期、管理费、进场费等；11. 系统需要针对特定的人群设计产品的流行功能和基本功能，且产品的流行功能应具有一定的流行周期；12. 系统可让学生针对不同的零售商和不同的产品自主设定多种促销活动，包含但不限于：满就送、多买折扣、买第几件折扣等。13. 系统需设计市场需求的波动来锻炼学生的应变能力；14. ★系统需设计价格需求弹性系数等，锻炼学生针对价格和销售量进行分析和评估的能力；15. 系统需具有特殊任务功能，包括：产品型号管理、紧急采购、库存调拨等主要功能；16. ★系统需设计多种数据分析模型，提升学生数据分析能力。包括:现金流量表、各组财务报表、市场占有率、直销中标公示、媒体中标信息、各组零售订单信息、企业信息等；17. 系统教师端具有直销竞标、批发竞标、媒体广告招标的控制功能；18. ★系统教师端能够灵活进行系统期初设置；设置参数包括:市场需求倍率、购买标书费、贷款权益倍数、短贷还款期限(季度)、长贷还款期限(年)、生产线折旧率、变卖厂房收款帐期(季度)、客户开发费等。 | 1 | 96000 | 各厂家价格对比 | 96000 |  |
| … |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 合计 | 274000 |  |