**预赛规则及评分办法**

**题目：**分析清江野渔的品牌定位及竞争态势，制定对校园范围或面向社会的社会化媒体营销方案。预赛主要考察参赛学生对清江野渔品牌的战略分析能力及在此基础上发展出的营销策划能力。

**评分细则**：该环节评分由市场调研报告（包括问卷（或提纲）和分析报告）、清江野渔的品牌战略分析报告以及社会化媒体营销方案（多种形式，多种载体）的得分组成。市场调研占总分的比重为 20%，品牌战略分析报告占总分的比重为 50%，社会化媒体营销方案占总分的比重为30%。

**1、市场调研评分准**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 项目 | 评分细则 | 得分 |
| 市场调研（20%） | 1、调研对象明确，针对性强。 |  |
| 2、调研方法设计合理，逻辑性强。 |
| 3、调研内容契合主题，为后续方案制定提供支持。 |
| 4、调研结果清晰、分析深刻、图表明确。 |
| 5、调研报告分析深入，逻辑清晰，并针对问题提出了建设性意见。 |
| 总分 |  |  |

**2、清江野渔品牌战略分析方案评分标准**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 指标 | 指标说明 |  |
| 方案内容（30%） | 1、有效性高：逻辑清楚、层次分明、有理有据，理论联系实际。 |  |
| 2、针对性强：问题把握准确，直指企业现实、重点突出，解决方案明确、具体。 |
| 3、系统性好：能够结合本地实际，提出整体性方案。 |
| 4、战略前瞻性：兼顾近期问题解决与品牌长远发展 |
| 分析方法（15%） | 1、科学性：有明确、适用的设计方法，采用了定性和定量分析手段，能运用营销专业知识和技能。 |  |
| 2、复杂性：综合了多学科的知识，有完整的分析框架。 |
| 3、拓展性：除大赛提供的基础资料外，还有补充资料搜集整理。 |
| 创新性（5%） | 观点有创新，或有独立见解。 |  |
| 总分 |  |  |

**3、社会化媒体营销方案评分标准**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 指标 | 指标说明 | 得分 |
| 方案内容（20%） | 1、定位清楚，具有显著的战略价值或商业价值 |  |
| 2、系统性强，完整全面，考虑周详 |
| 3、方案的创意和形式多样、各种创意和形式之间相得益彰 |
| 4、具有可操作性，有实现的投入回报预算方案 |
| 创新性（10%） | 创意别出心裁，或创意的实现形式有新意。 |  |
| 总分 |  |  |

注：此评分表供各高校组委会参考。