

2022年全省职业院校技能大赛

中职学生组药品营销赛项竞赛规程

一、赛项名称

赛项名称：药品营销

赛项组别：中职学生组

专业大类：医药卫生

项目类别：团体赛

二、竞赛目的

中职药学类专业毕业生主要就职于药品流通和应用等岗位群，面向医药商品购销员和仓储管理员、临床医疗辅助服务员等职业。药品营销技能竞赛是对本专业人才培养质量的全面检验和学校教学水平的集中展示，赛项为学生提供了自我展现的平台，使教师获得了校际交流的机会。通过比赛，促进职业学校专业建设与教学改革，提高学生实践能力和职业素养，使职业教育适应行业需求，推动打造“技能甘肃”工作。

三、竞赛时间、地点

比赛定于2022年3月29日至4月1日在甘肃卫生职业学院举办，赛点地址：甘肃省兰州市皋兰县西岔镇九龙江街1666号。

四、竞赛内容

以进行常见病症治疗用药的销售为工作任务，设置理论笔答、PPT展示、模拟销售3个比赛项目，由团队成员协作完成，每个项目的比赛时限和分值见表1。

表1 比赛项目、时限与成绩比例

序号	比赛项目	比赛时限	成绩分值比
1	理论笔答	30分钟	15%
2	PPT展示	10分钟（准备2分钟，讲解5分钟，答辩3分钟）	30%
3	模拟销售	15分钟（准备5分钟，现场销售10分钟）	55%
总计			100%

（一）理论笔答

题型为单项选择题，参考药士资格考试、职业技能考试标准及范围，设有A1、A2、A3型及配伍选择题（比赛样题见附件1），共50道题目，每题2分，总分100分，占总成绩的15%。参考书目均为中等职业教育规划教材，详见表2。

表2 笔试参考书目

名称	主编	出版社	出版时间
《药理学》	张庆 陈达林	人民卫生出版社	2015年8月第1版
《医药市场营销技术》	崔艳 卢延颖	中国医药科技出版社	2021年1月第3版
《药店零售与服务技术》	王桂梅 于勇	中国医药科技出版社	2020年12月第1版

（二）PPT展示

参赛选手以医药代表身份，假想对象为医院医务人员及药师，面向医院推销。赛前指定药物品种范围，竞赛药物品种名单见附件2。由参赛选手任选其中一种，自行查阅所选药品相关资料，提前准备展示PPT，在规定时间内提交。参赛

选手现场进行展示讲解、答辩，评分标准见附件 3。本项目总分 100 分，占总成绩的 30%。

（三）模拟销售

由工作人员扮演消费者（佩戴标明身份的标识），参赛选手在模拟药房进行零售形式的模拟销售。重点考查选手的药品销售能力，包括专业知识应用能力、应变能力、沟通能力、分析解决问题能力、抗挫折能力、药学服务能力及人文关怀素质，评分标准见附件 4。本项目总分 100 分，占总成绩的 55%。

五、竞赛方式

（一）参赛对象

中等职业学校全日制药剂专业在籍学生，指导教师为本校专兼职教师。

（二）组队要求

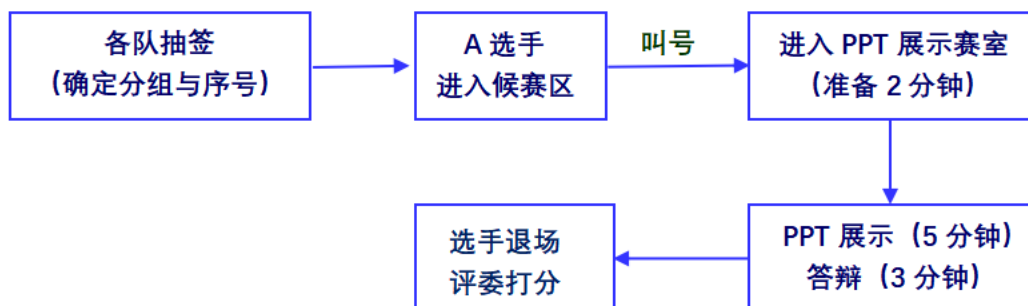
本赛项为团体赛，以学校为单位组建参赛队伍，不得跨校组队。每校限报 3 队，每队 2 名选手，限报 1 名指导教师。选手及指导教师经报名及资格审查确定后，不得更改。

（三）比赛规则

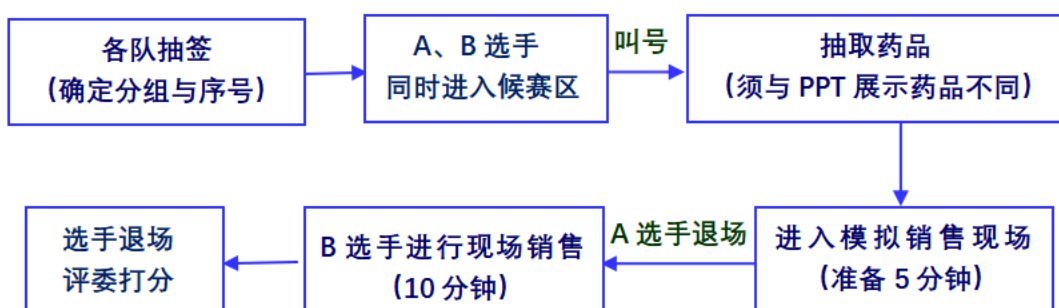
1. 理论笔答

团队 2 名选手（A 和 B）均须在规定时间内参加统一笔试，成绩各占总成绩的 7.5%。

2. PPT 展示



3. 模拟销售



(四) 材料提交

参赛团队应在比赛前3天,以学校为单位将竞赛展示PPT电子版发送至邮箱: 119242652 @qq. com, 逾期视为弃赛。

六、竞赛环境

理论笔答在标准化考场进行; PPT 展示场地配备多媒体演示设备; 模拟销售环节在模拟药房进行。比赛期间赛室内全程录像。

七、评分办法

竞赛以公开、公平、公正的原则制定评分标准, 全面考量参赛选手的技术技能综合运用水平、比赛任务完成质量以及职业素养, 由评委按照评分标准评判每个选手的成绩。评委由药学专业资深教师、药品经营与管理领域的行业专家及

医药企业岗位能手担任。理论笔答依据标准答案给出得分；PPT展示及模拟销售环节由评委依据评分标准评分，取所有评委给分之算术平均值为参赛选手得分；3项成绩按比例加和后记为团队成绩。参赛团队的成绩排序，依据竞赛成绩由高到低排列名次。若成绩相同，则参赛选手完成竞赛项目用时少者排名在前。

八、奖项设定

按实际参赛团队数的10%、20%、30%（小数点后四舍五入）分设一、二、三等奖。其他情况按竞赛规程总则执行。

九、申诉与仲裁

1. 各参赛队对不符合赛项规程规定的仪器、设备、工装、材料、物件、计算机软硬件、竞赛使用工具、用品，竞赛执裁、赛场管理、竞赛成绩，以及工作人员的不规范行为等，可向赛项仲裁组提出申诉，申诉主体为参赛队领队。

2. 申诉启动时，参赛队向赛项仲裁组递交领队亲笔签字同意的书面报告。书面报告应对申诉事件的现象、发生时间、涉及人员、申诉依据等进行充分、实事求是的叙述。非书面申诉不予受理。

3. 提出申诉的时间应在比赛结束后（选手赛场比赛内容全部完成）2小时内。超过时效不予受理。

4. 赛项仲裁组在接到申诉报告后的2小时内组织复议，并及时将复议结果以书面形式告知申诉方。申诉方对复议结

果仍有异议，可由领队向比赛监督员提出申诉，由监督员传达最终仲裁结果。

5. 申诉方不得以任何理由拒绝接收仲裁结果，不得以任何理由采取过激行为扰乱赛场秩序。仲裁结果由申诉人签收，不能代收，如在约定时间和地点申诉人离开，视为自行放弃申诉。

6. 申诉方可随时提出放弃申诉。

十、赛项安全

1. 参赛队所属学校必须为参赛选手购买大赛期间的人身意外伤害保险。

2. 赛点成立疫情防控工作组，按照国家和地方政府对疫情防控的要求，制定赛点疫情防控工作预案，全面做好赛前准备、宣传与科普教育、疫情防控和突发情况(事件)处置等工作。

十一、竞赛须知

1. 各参赛队应自觉遵守赛事各项规定，竞赛期间不得私自接触裁判，不得在参赛服饰上作任何泄露身份信息的标识，不得携带任何通讯工具进入赛场，违规者取消比赛成绩。

2. 参赛选手必须持本人身份证并佩戴组委会统一签发的参赛证参加竞赛，证件不全者作弃权处理。理论笔答及PPT展示环节要求穿着正装，模拟销售环节必须穿着大赛统一提供的白大褂（赛后须交回）。

3. 参赛选手应于赛前 30 分钟到达赛项指定地点接受检录，抽签确定比赛上场顺序，3 次检录不到者，按弃权处理。

4. 竞赛开始、终止时间由赛室裁判记录在案，比赛时间到，由裁判示意选手终止操作。选手在竞赛过程中不得擅自离开赛场，如有特殊情况，须经裁判同意后作特殊处理。

5. 竞赛过程中，须严格遵守操作流程和规则，并自觉接受裁判的监督和警示。若因突发故障导致竞赛中断，应提请裁判确认原因并视具体情况做出裁决。

- 附件：
1. 药品营销技能竞赛理论笔答样题
 2. 药品营销技能竞赛药物品种名单
 3. 药品营销技能竞赛 PPT 展示项目评分标准
 4. 药品营销技能竞赛模拟销售项目评分标准

附件 1

药品营销赛项理论笔答样题

单项选择题（共 50 小题，每小题 2 分，共 100 分）在每小题列出的五个备选项中只有一个选项是符合题目要求的，请将其代码填写在答题卡相应位置。错选、多选或未选均不得分。

A1 型题

1. 变异型心绞痛不宜选用的药物是

- A. 硝酸异山梨酯 B. 硝酸甘油 C. 硝苯地平
D. 普萘洛尔 E. 维拉帕米

A2 型题

2. 患者，男，35 岁。患胃溃疡，近日因感冒引起头痛、发热。请问宜选用下列哪种解热药

- A. 阿司匹林 B. 吲哚美辛 C. 对乙酰氨基酚
D. 保泰松 E. 可的松

A3 型题

【3~4 题共用题干】

患者，男，65 岁。患高血压 6 年，近日出现易疲劳、下肢水肿等慢性心功能不全的临床表现，拟选用地高辛治疗。

3. 地高辛常与下列哪种药物合用以提高疗效

- A. 多巴胺 B. 普萘洛尔 C. 肾上腺素
D. 维拉帕米 E. 氢氯噻嗪

4. 使用该药时应注意补充

- A. 钙离子 B. 钾离子 C. 钠离子
D. 葡萄糖 E. 维生素 B1

B 型题（配伍选择题）

【5~6】（抗消化性溃疡药的分类）

- A. 硫糖铝 B. 西咪替丁 C. 奥美拉唑
D. 克拉霉素 E. 三硅酸镁

5. 属于质子泵抑制剂的是

6. 属于溃疡面保护药的是

参考答案：1. D 2. C 3. E 4. B 5. C 6. A

附件 2

药品营销赛项药物品种名单

序号	通用名	商品名	规格	生产厂家
1	维生素 C 泡腾片	力度伸	1 克×30 片	山东新华制药股份有限公司
2	枸橼酸铋钾胶囊	丽珠得乐	0.3g(相当于铋 110mg)	丽珠集团丽珠制药厂
3	阿莫西林克拉维酸钾分散片	特迪	0.5g×6 片	上海新亚药业闵行有限公司
4	酒石酸美托洛尔控释片	立君宁	25mg×10 片	广州白云山天心制药股份有限公司
5	头孢克肟干混悬剂	立健克	50mg×6 袋	深圳立健药业有限公司
6	曲安奈德益康唑乳膏	999 皮炎平	20g/支	华润三九(南昌)药业有限公司
7	阿卡波糖片	拜唐苹	50mg×30 片	拜耳医药保健有限公司
8	对乙酰氨基酚混悬滴剂	泰诺林	15ml/瓶	上海强生制药有限公司
9	乳酸菌素片		0.4g×64 片/盒	江中药业股份有限公司
10	布洛伪麻软胶囊	普洛必达	复方	石药集团恩必普药业有限公司

备注：商品名、规格、生产厂家仅供参考；参赛选手请从以上名单中任选一种药品制作竞赛项目二 PPT；竞赛项目三模拟销售的考核药品也来自以上名单（但须与项目二所选品种不同）。

附件 3

药品营销赛项 PPT 展示项目评分标准

参赛选手抽签号：

赛室：

比赛用时：

评价指标	评价要素	分值	得分	总分
基本素质 (10分)	普通话标准,吐字清晰,表达自然流畅	4		
	仪态端庄大方,穿着得体	3		
	自我定位明确,用词恰当,语言有亲和力	3		
展示内容 (30分)	药品信息及基本情况的表述准确可信	7		
	对被推销者的定位清楚,有理有据	5		
	生动阐述产品特点,对听者有吸引力	7		
	客观比较同类产品,辅助展示物品应用恰当	6		
	推介过程中目的明确,重点突出	5		
营销策略(技巧) (20分)	营销策略选择正确	7		
	营销技巧应用娴熟	7		
	营销策略使用后,效果明显	6		
PPT制作水平 (10分)	简洁,美观,播放流畅	5		
	素材应用恰当,有助于产品推广	5		
展示时间 (5分)	4.5分钟~5分钟	5		
答辩环节 (25分)	表达清晰,回答及时,用词准确	6		
	材料真实,数据可信	6		
	逻辑严密,沉着冷静,应变能力强	7		
	分析问题准确,解决方案合理	6		

总分：

评委签字：

附件 4

药品营销赛项模拟销售项目评分标准

参赛选手抽签号：

赛室：

比赛用时：

评价指标	评价要素	分值	得分	总分
销售前准备 (10分)	仪容仪表：服饰整洁，仪态自然，符合职业特征	4		
	销售环境：地面整洁、无杂物，销售场所不放置个人物品，劳动工具在顾客看不到的地方	3		
	药品陈列：整齐，按类别摆放	3		
基本素质 (10分)	能有礼貌地提醒进店顾客遵守疫情防控要求	4		
	主动接待顾客，能吸引顾客注意力	3		
	站在顾客正前方或侧前方，距离顾客1~1.5米左右；说话时眼睛看着顾客，目光柔和，保持自信	3		
销售过程 (35分)	恰当表达对顾客的关心，主动询问顾客需求，围绕顾客需求介绍产品	7		
	产品信息介绍时言简意赅，实事求是，不用极端的形容词；谈到同类产品时客观公正，不贬低对方	7		
	能及时解答顾客的疑问；顾客说话时耐心倾听，适时交流；恰当使用拒绝用语，如：抱歉，对不起等	7		
	先阐述产品优点，讲出卖点，再谈出价格；遇到直接询问价格的顾客，能在回答过后，引导顾客交流，从而发现顾客需求，并把需求与卖点结合	7		
	能让顾客触摸药品外包装，礼貌提醒是否可以拆开看；顾客看外包装时，能适当讲解该药品	7		
销售技巧 (25分)	沟通能力强，善于观察，从顾客对所需产品的描述找出销售切入点	7		
	会利用“大多数”消费者的购物心理推荐产品，促成销售	6		
	尊重顾客，能用婉转的语气，客观真实的理由，纠正顾客的错误认识或不现实的想法	6		
	服务真诚专业，有培养长期顾客的意识	6		

销售结果 (20分)	若成功销售,礼貌引导顾客至收银台;顾客离开时,做好用药交代及健康指导	20		
	若未成功推销,礼貌送顾客离开,给顾客良好的购药或咨询体验,培养潜在顾客	15		

总分:

评委签字: