

# 全国高职电子商务专业技能联考考试指南

## 一、考试形式

**集中在线考试。**

请务必确保使用谷歌浏览器版本 58，请在描述浏览器的版本数值或以上。

## 二、考试地址

访问主网：<http://www.ebtest.cn/>。选择学生入口，选择高职也可以直接访问：<https://stu.ebtest.cn/web/loginw>

**注意：**联考前请务必确认网络通畅以及带宽，为保障学生能够顺利的进行在线考试，请将带宽升级至可承载多人在线使用的级别。

## 三、考试步骤

### 1. 访问主页



登录账号为学生身份证号，密码为身份证后 8 位。举例：身份证号 321282200001011234，密码则为 01011234。

验证码为计算公式，若看不清或复杂可以通过点击验证码图片进行更换。

## 2. 开展测试

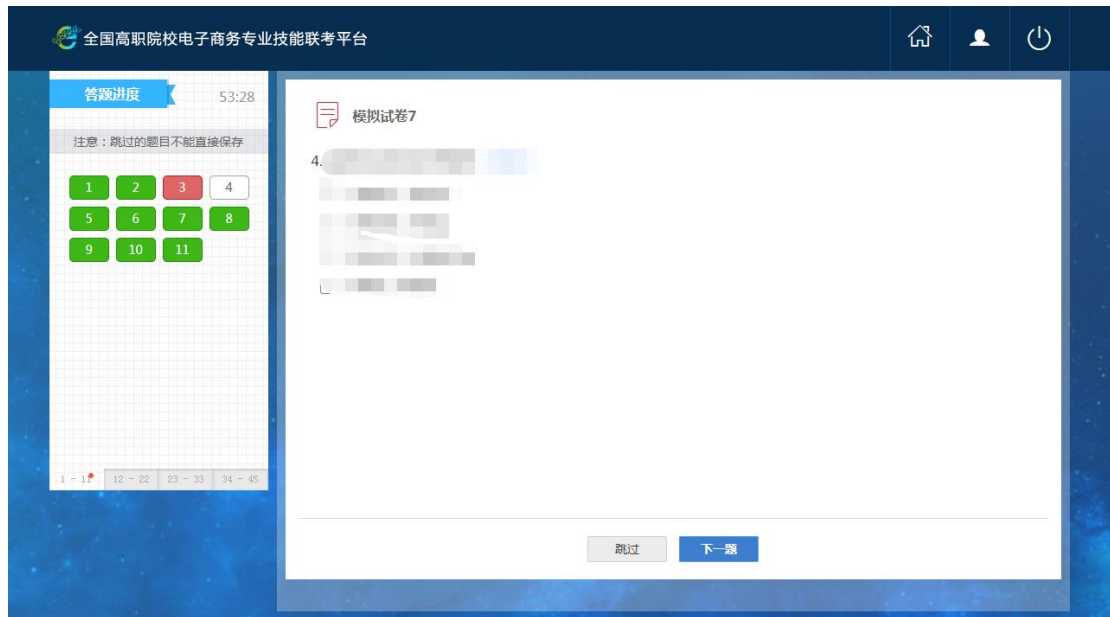
本次考试时间共计 **130 分钟**，包含理论考试（**40 分钟**）和技能考试（**90 分钟**）。

### （一）理论考试

题目数量 **51 题**（包含单选、多选、连线、排序、场景 5 种题型）。登录成功后可点击开始测试。考试时间未到的情况下，试卷不会展现。考试时间开始即可刷新页面进入考试。



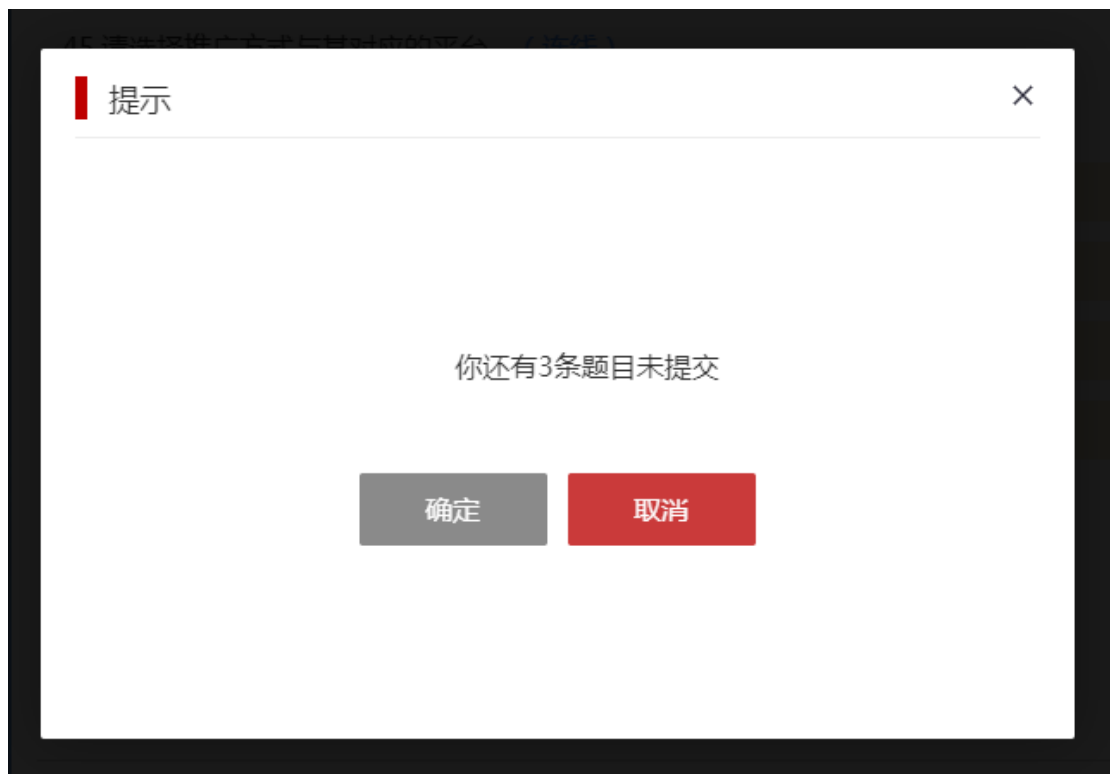
### 1) 做题



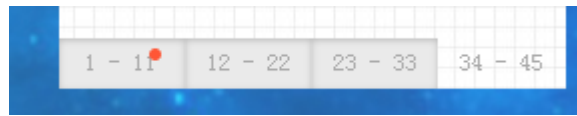
左侧为题目序号，51 题分为 4 个 TAB 框进行切换。**完成的**题目序号按钮显示为**绿色**，**跳过的**题目序号按钮显示为**红色**，**未做的**题目序号按钮显示为**白色**。点击“**下一题**”即可按顺序完成试卷。

## 2) 提交

完成最后一题时会弹出确认框，如下图所示：



如有未做的题目，系统会做出提示。没有做的题目所在区域也会在题号导航部分用**红点**标记加以提示，效果如下：



当完成所有题目时，提示框会变成如下效果：



参与测试学生点击点击“确定”按钮，代表完成本次理论考试部分，并且页面自动跳转至技能考试页面。

### 3) 展示跳转页面



## （二）技能考试

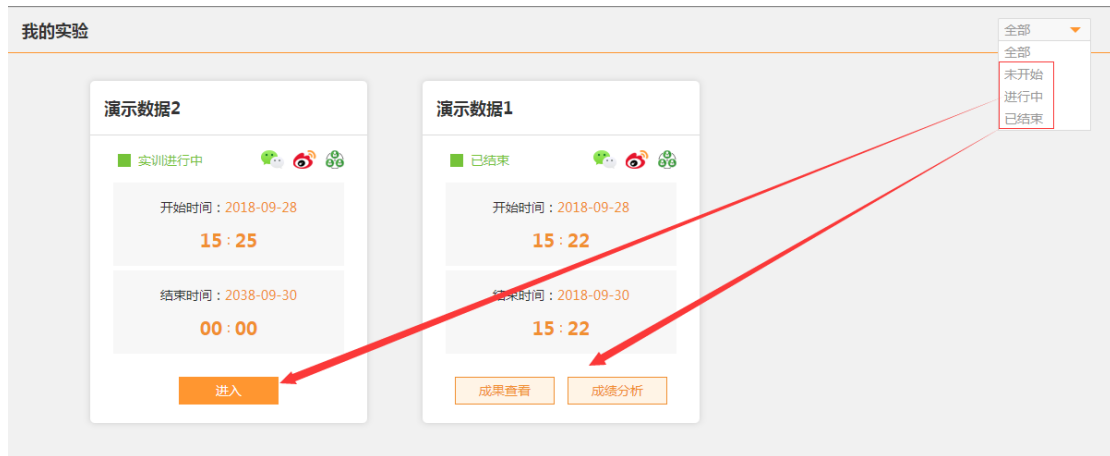
技能考试是理论考试结束后开始（提前结束理论考试的学生可当即进入技能考试，但必须等到技能考试实际启动时间才可操作）

### 1. 技能考试注意事项

实验有 3 种状态，未开始、进行中和已结束，实验状态不同，学生可进行的操作也不同。

实验状态		操作模块
未开始		——
进行中	实训阶段	进入实验，可进入微博、微信、社群等模块进行操作。
	互动阶段	进入互动，可以查看实验中所有同学的作品，并进行点击、问卷调研、参与活动等互动操作。
已结束		成果查看、成绩分析

注：学生端的实验状态与教师端的实验管理逻辑关联，紧密结合，请将两部分结合进行设置。



接下来，针对进行中的实训进行详细的操作讲解。

点击【进入】，首先会看到任务书，根据任务书的背景和要求完成实训。

**任务书**
✕

### 旅游行业新媒体营销任务书

**背景**

近几年，新媒体发展趋势迅猛，以微信、微博、社群等平台为依托的营销方式也日益兴起。微信，作为移动端流量的重要入口，承担企业微信营销的重要作用，可以通过公众号进行企业信息的展示、品牌宣传、产品推广、客户沟通等；微博，作为最为广泛传播的平台之一，在企业品牌的传播方面能发挥重要作用。社群，借助意见领袖的领导力，分析用户的偏好和喜好，通过产品或者服务满足群体的需求，实现精准营销。小王的旅游公司，想借新媒体营销的力量，通过微信、微博、社群等新媒体渠道，实现企业的营销和推广，每个渠道的初步规划如下。

**要求**

借助微信平台，从公众号规划、文案内容发布、营销活动推广、客户服务管理四个方面，进行企业微信公众号的整体规划和建设，具体内容如下：

1. 公众号规划

内容模块	具体要求
公众号定位	设计符合企业定位的公众号头像、名称以及相关描述，要求与行业相关，容易识别，且能体现旅游行业服务特色。
自定义菜单设置	设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，并确保菜单均为有效链接。
关注时回复	设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
微网站搭建	基于商城型网站，搭建移动端网站，要求突出目的地线路、当季热游、攻略玩法、特色活动等信息，以此宣传企业的产品和服务。

2. 文案内容发布

进入实验

进入实验后，可以在最右侧继续查看任务书，如图：



实验包括三个核心模块：微信营销、微博营销、社群营销。每个

功能模块的切换方式在页面最上方，点击对应的图标进行模块的切换与选择。



我们在系统中提供了新媒体助手，帮忙同学们开展营销活动，通过营销日历，提醒重要节日等；新媒体素材在实验时可以直接调用。具体如下图：



## 2. 微信营销

微信营销，最左侧的功能导航栏中，首先进行授权管理的公众号授权设置，然后分别完成基础设置、网站建设、营销推广、客户服务，同时可查看数据分析。



最右侧除了可以查看任务，还可以通过模拟器，预览公众号建设的手机端效果，如图：



### 3. 微博营销

进入微博模块内容设置之前，需要先完成微博账号的基础设置。

包含微博昵称、头像、简介、背景图、模拟器背景图、个性标签，如下图所示



## 基础设置

微博头像：建议尺寸：100px\*100px

微博简介：只提供好吃的零食推荐~~

背景图：建议尺寸：1200px\*300px

模拟群背景图：建议尺寸：320px\*180px

个性标签：按回车完成标签设置 最多5个

零食 X 要吃 X 好吃 X

注：微博昵称设置完成后不可修改；创建个性标签时，输入完标签要点击【Enter】确定。

### 4. 社群营销

首先创建社群，点击右上方的【创建】，设置社群名称、logo、定位、简介、规则、支持海报，按【Enter】确定，全部完成后点击【保存】完成社群创建，如下图所示

编辑社群

返回

社群名称：

社群Logo：建议尺寸：100px\*100px



社群定位： 最多5个,每个标签最多6字。

社群简介：  
此群主要是为了给会员们发送福利，优惠以及打折的信息，请大家不要在群里发送不文明用语。

社群规则：  
1.入群全体禁言,每周固定发言时间,是为了杜绝平时的聊天灌水现象。  
2.日常交流的过程中,有问题先用百度或谷歌搜索一下是最好的方法。如果问题仍然无法解决,再和大家一起探讨,不要认为群员帮你解决问题是理所当然的义务。

支持生成海报：

海报分享是社群营销常见的推广方式之一，建议使用。

注：设置社群定位时，输入完标签要点击【Enter】确定。

开启支持生成海报的按钮，海报是社群营销常见方式之一，生成海报有助于社群整体效果的预览。

## 四、注意事项

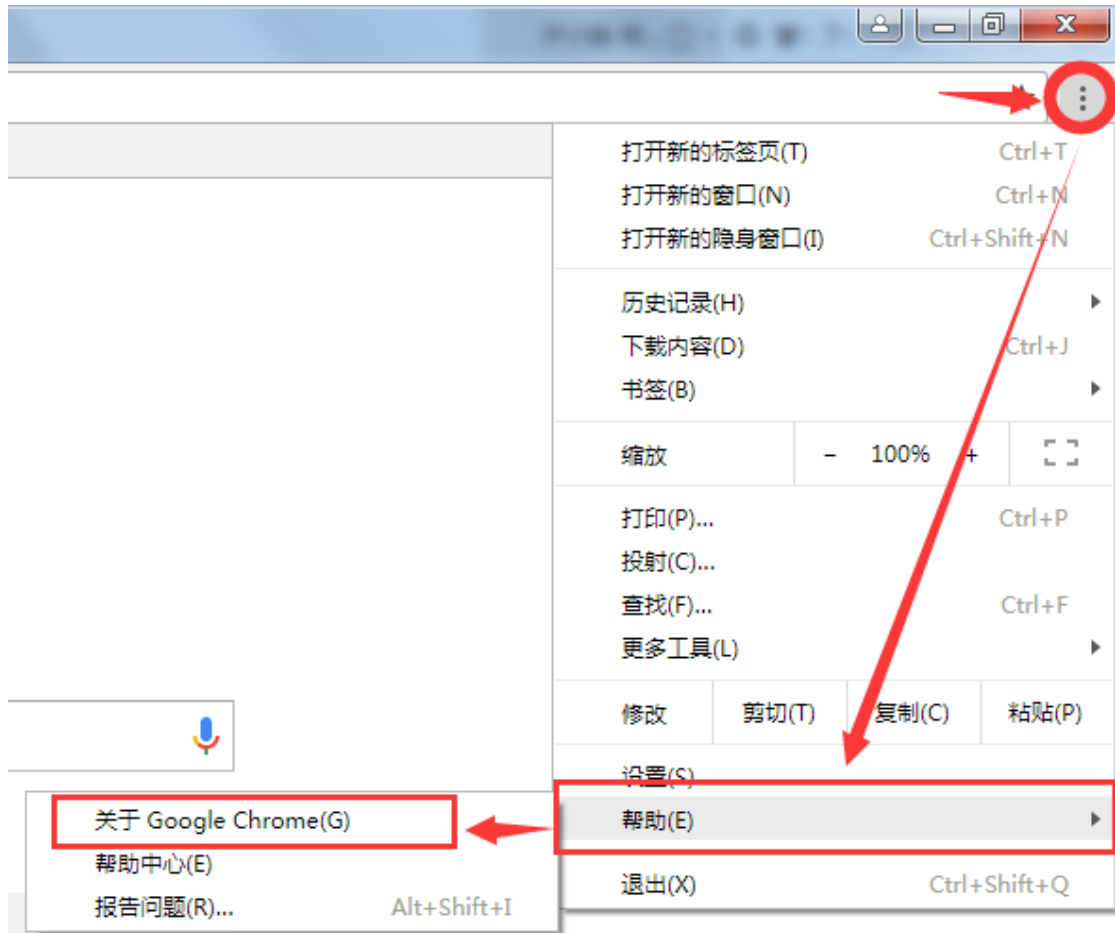
### 1. 异常情况处理

如遇到无法正常操作，请遵循“**先完成可完成的题型，后更换浏览器或者终端设备**”的原则。在未提交试卷的且有效考试时间范围内，退出系统重新登录后是对已完成内容进行加载的。


请监考老师务必和技能联考工作组在考试期间保持紧密的沟通与协作，遇到问题及时反映。


### 2. 确认浏览器版本，建议参考如下操作

- ✓ 谷歌浏览器



## Google Chrome

 检查更新时出错：无法启动更新检查（错误代码为 3: 0x80040154）。  
版本 59.0.3071.104（正式版本）（32 位）

获取有关 Chrome 的帮助 

报告问题 >

Google Chrome  
版权所有2017 Google Inc. 保留所有权利。

Google Chrome 的诞生离不开 [Chromium](#) 开源项目以及其他[开源软件](#)。

Google Chrome [服务条款](#)