

## 附件3-1

# 市场营销专业毕业设计标准

本标准依据《关于印发〈关于加强高职高专院校学生专业技能考核工作的指导意见〉〈关于进一步加强高职高专院校学生毕业设计工作的指导意见〉的通知》（湘教发〔2019〕22号）精神，结合我校及本专业实际制定。

## 一、毕业设计选题类别及示例

### （一）选题类别

市场营销专业毕业设计通常为方案设计类。

### （二）选题要求

1. 专业相关性。选题应符合市场营销专业培养目标，体现综合性和典型性，能体现学生进行需求分析、信息检索、方案设计、资源利用、作品制作、成本核算等专业综合能力和安全环保、创新协作等意识的培养要求。

2. 实际应用性。选题应尽可能地贴近生产实际、生活实际，来源于真实的商贸工作中，体现学生综合运用所学专业知识和专业技能解决实际问题的能力。

3. 难易适度性。选题应大小适中、难易适度，难易度和工作量应适合学生的知识和能力状况，使学生在规定时间内工作量饱满，且能完成任务。

4. 选题差异性。毕业设计原则上做到“一人一题”，选题避免雷同。对于工作量大的选题，可分解为若干子课题。子课题任务明确，工作量基本均衡，各子课题之间有关联但设计内容相对独立，确保每个学生能取得各自相应的成果。任务书中应明确选题和子课题名称，明确子课题的具体任务、目标等，成果不能雷同。

### (三) 选题示例

#### 1. 公关策划类选题

- (1) ×××品牌户外活动公关策划方案设计
- (2) ×××品牌网络公关策划方案设计
- (3) ×××品牌湖南市场年度公关策划方案设计
- (4) ×××购物中心开业庆典公关策划方案设计
- (5) ×××购物中心情人节大型活动公关策划方案设计
- (6) ×××品牌危机公关策划方案设计

.....

#### 2. 市场推广与促销策划类选题

- (1) ×××产品×××市场推广策划方案设计
- (2) ×××餐饮企业×××市场推广策划方案设计
- (3) ×××移动业务在×××大学校园的推广策划方案设计
- (4) ×××连锁品牌在×××市场推广策划方案设计
- (5) ×××门店新零售方案设计
- (6) ×××品牌产品20××年度×××高校市场促销方案设计
- (7) ×××连锁酒店20××年度×××区域市场促销方案设计
- (8) ×××零售企业20××年度×××区域市场促销方案设计

(9) ××老年保健产品20××年度×××区域市场促销方案设计

(10) ××实体零售企业20××年度线上线下整合促销方案设计

.....

### 3. 市场调研类选题

(1) ×××企业×××市场消费者需求调研方案设计

(2) ×××年×××市场某产品需求调研方案设计

(3) ×××企业×××市场顾客满意度调研方案设计

(4) ×××企业某新产品上市调研方案设计

(5) ×××企业营销数据分析报告

(6) ×××企业×××市场调研方案设计

.....

### 4. 广告策划类选题

(1) 九牧王娄底市场20××年度广告策划方案设计

(2) 娄底发玖福酒20××年春节广告策划方案设计

(3) 20××年度娄底×××购物广场夏季促销广告策划方案设计

(4) ×××产品20××年度娄底市场广告策划方案设计

(5) 20××年×××5G套餐娄底潇湘职院校园推广广告策划方案

(6) 20××年娄底春季车展×汽车品牌广告策划方案设计

(7) ×××房地产公司××楼盘20××年度广告策划方案设计

(8) ×××产品20××年度娄底市场广告策划方案设计

.....

## 二、毕业设计过程及要求

表1 毕业设计过程及要求

阶段	教师要求	学生要求	时间安排
选题指导阶段	1. 拟定选题 2. 指导学生选题	1. 搜集素材 2. 确定选题	2024年10月09日 -11月10日
开题论证阶段	1. 指定参考文献与引用资源 2. 指导学生撰写《毕业设计(论文)开题报告》 3. 下达《毕业设计任务书》	1. 搜集并阅读引用资源及参考文献 2. 撰写《毕业设计(论文)开题报告》	2024年11月11日 -2024年11月30日
指导过程阶段	1. 指导学生拟定提纲 2. 对学生初稿提出修改意见 3. 根据进程对学生毕业设计进行中期检查 4. 指导学生完成定稿 5. 填写毕业设计指导记录表	1. 拟定成果提纲 2. 完成初稿 3. 根据指导老师意见完成修改稿 4. 上传任务书与成果修改稿,参加中期检查 5. 在指导老师指导下,完成定稿	2024年12月01日 -2025年05月05日
资料整理阶段	1. 对学生毕业设计成果进行评阅,并填写《毕业设计评阅表》 2. 指导学生做好答辩准备	1. 完成学术不端行为检测 2. 整理资料,进行答辩准备	2025年05月06日 -05月12日
成果答辩阶段	1. 组织学生答辩,填写毕业设计答辩记录表 2. 提出答辩意见 3. 评定成绩	1. 参加答辩 2. 根据答辩意见,完善毕业设计成果	2025年05月13日 -05月20日
成果呈现阶段	1. 指导老师对学生上传的任务书与成果进行检查,并督促学生整改。 2. 参加学院组织的终期检查,督促学生完善整改	1. 上传任务书与毕业设计成果到毕业设计专题空间 2. 对检查发现的问题进行整改	2025年05月21日 -05月31日

### 三、毕业设计成果要求

#### （一）成果表现形式

市场营销专业毕业设计成果表现形式为一个完整的方案。如：公关策划方案、推广策划方案、促销方案、调研方案、广告策划方案。

#### （二）成果要求

1. 方案内容与本专业的知识、技能、技术相关；
2. 方案有效运用本专业的知识、技能、技术解决单位的某一实际问题；
3. 方案的内容体现提出问题、分析问题与解决问题的逻辑架构；
4. 方案设计的外在形式与内容结构符合规范化要求；
5. 毕业设计作品不少于4500字。

### 四、毕业答辩流程及要求

#### （一）答辩流程

1. 答辩前准备工作
  - （1）成立答辩工作小组。
  - （2）安排好答辩时间和地点。
  - （3）指导教师及答辩教师对学生毕业设计成果进行评阅。
  - （4）进行答辩资格审查，不符合答辩资格的学生不能

参加答辩。未通过学术不端行为检测、不在规定时间内提交定稿、成果成绩不及格以及其它严重违反学院毕业设计管理办法的行为的学生取消答辩资格。

(5) 收集学生毕业设计成果及答辩PPT。

(6) 对答辩学生进行分组。

## 2. 答辩组织

(1) 答辩按“学生答辩分组名单”顺序依次进行。

(2) 答辩开始前，答辩小组组长组织学生学习答辩要求。

(3) 答辩按照自我介绍、答辩陈述、提问答辩、答辩总结的流程进行。

(4) 记录好答辩记录表。

(5) 做好答辩评阅，给出答辩成绩。

(6) 收集答辩资料。

## (二) 答辩要求

### 1. 答辩条件

(1) 达到本专业培养目标要求。

(2) 参加了毕业设计中期检查。

(3) 按时完成毕业设计任务，毕业设计成果质量合格，通过学术不端行为检测，指导老师签署同意参加答辩的意见。

### 2. 答辩技术要求

(1) 能展示学生答辩PPT的软硬件设备。

(2) 能展示学生毕业设计产品（作品）的软硬件设

备。

(3) 答辩老师用笔记本。

(4) 连通互联网。

### 3. 答辩档案管理要求

毕业设计答辩结束后，毕业设计相关材料，由学院资料室集中保存。存档材料至少应包括如下材料：毕业设计答辩工作实施方案、毕业设计成绩评定表、毕业设计工作总结、毕业设计任务书、毕业设计成果（含产品设计说明书）、毕业设计评阅表、毕业设计答辩记录表，其中毕业设计任务书、毕业设计成果（含产品设计说明书）必须留存PDF格式及DOCX格式电子稿。

## 五、毕业设计评价指标

市场营销专业毕业设计评价从毕业设计过程、作品质量、答辩情况等方面进行综合评价。具体见表2。

表2 市场营销专业毕业设计评价指标及权重

评价指标	指标内涵	分值权重 (%)
设计过程	设计实施：选题符合本专业培养目标，选题来源于真实生产的实际项目，或是与职业岗位相关，工作量饱满，难度适中。毕业设计项目实施中技术路线可行、设计过程完整、设计依据可靠，设计中体现创新意识。	10
	工作态度：工作努力，遵守纪律，作风严谨务实。	5
	工作进度：按期圆满完成规定的任务。	5
作品质量	科学性：技术路线科学、可行，步骤合理，方法运用得当；技术标准等运用正确，技术原理与理论依据选	18

	择合理，相关数据来源可靠、计算准确；应用了本专业领域中新知识、新技术、新方法。	
	规范性：成果要素齐全、层级分明、结构严谨、排版规范、文字表述流畅；成果内容的表述符合市场营销行业标准或专业语言的规范化要求；成果引用的参考资料、参考方案等来源标识规范、准确。	12
	完整性：成果与毕业设计任务书的要求紧密相关；成果能清晰呈现提出问题、分析问题、解决问题的逻辑架构；成果的外在形式与内容结构完整。	18
	实用性：成果对象与企业实际工作密切相关；成果内容与本专业的知识、技能、技术相关；成果价值能解决单位营销管理中的实际问题。	12
答辩情况	答辩准备：着装得体，谦恭礼貌，态度诚恳，答辩PPT制作精美，重点突出，答辩资料准备充分。	4
	答辩陈述：课题的设计思路、主要依据、结论等阐述逻辑清楚，结构完整，专业术语使用准确。	8
	答辩问答：回答问题准确、全面，条理清楚，逻辑性强，语言流畅。	8