**《毕业设计（论文）》实习/实训课程教学大纲**

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | 毕业设计（论文） | | | | | | | | |
| **课程英文名** | Graduation Design(Thesis) | | | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | 28114003 | **课程学分** | | 6 | **周（学时）** | | | 16周 | |
| **课程类别** | □专业认知实习  □专业见习  □工程实训  □毕业实习  ☑其他 | **课程性质** | | ☑必修  □选修  □其他 | **课程形态** | | | □线上  ☑线下  □线上线下混合式  □社会实践  □虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | □闭卷 ☑开卷 □课程论文 ☑课程作品 ☑汇报展示 ☑报告  □课堂表现 □阶段性测试 □平时作业 ☑其他（可多选） | | | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课**  **系(教研室)** | | | 工商管理系 | | | |
| **面向专业** | 市场营销专业 | | **开课学期** | | | 第7-8学期 | | | |
| **课程负责人** | 张韵君 | | **审核人** | | | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 专业核心课程 | | | | | | | | |
| **后续课程** | 无 | | | | | | | | |
| **选用教材** | 张健东. 经管类本科毕业论文写作指导[M].北京:中国纺织出版社, 2018. | | | | | | | | |
| **参考书目** | 1.武丽志、陈小兰.毕业论文写作与答辩[M].北京:高等教育出版社, 2015.  2.陈妙云、禤胜修.应用型大学本科毕业论文（设计）写作教程[M].广州:广东高等教育出版社, 2018. | | | | | | | | |
| **课程资源** | 1.学校图书馆  2.管理学院资料室  3.学校数字图书馆 | | | | | | | | |
| **课程简介** | 《毕业设计（论文）》是市场营销专业必修的一门综合实践课程。课程以毕业设计（论文）写作有效的“过程化”规律为理念，从大学生撰写毕业设计（论文）的实际需求与困惑出发，分多个步骤，依次有序地分别给予具体指导。课程围绕“破冰启航”“论文选题”“资料收集”“逻辑构建”“科研实践”“论文撰写”“著录规范”“自信答辩”等专题展开专业和细致地指导。 | | | | | | | | |

**二、课程目标**

**表1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标1：知识传授** | 1.能够掌握市场调查、营销环境、竞争态势、消费者行为、营销策划、零售管理、新媒体营销、商务谈判与沟通、营销策略等现代市场营销学经典理论和基础知识，了解学科前沿及发展动态，熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规。  2.能够运用数理类、信息技术类等方面的基础理论知识与方法，对选题进行必要的定量研究，能熟练运用统计分析软件开展市场调研与预测分析。  3.能够运用哲学、法学、社会学、科学技术、语言文学、艺术、职业发展等方面的通识知识丰富毕业设计（论文）的内容，弘扬人类文明发展、世界优秀思想文化。  4.具备基本的跨界融合知识，建立起比较完备的跨学科、跨行业、跨企业等交叉知识体系，有一定的创新创业活动所需要的基本知识和前沿理论。 |
| **课程目标2：能力培养** | 1. 能够及时了解本学科的理论前沿及发展动态，具备敏锐的市场洞察力和判断力，  具备批判性思维，能够在指导老师的指导下对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。毕业设计（论文）的选题符合市场营销本科专业的培养目标和规格要求。  2.具备市场营销环境分析能力，对市场趋势、竞争态势等方面具有前瞻性和市场敏感性；具备进行市场调查计划、组织、实施、数据分析与挖掘的技术能力；具备为企业进行营销策划、零售管理、新媒体营销等方面的专业能力；具备运用创新思维、信息技术手段等处理各项市场营销关键业务的实践能力。  3.能够不断学习最新的专业知识和技能，具备创新创业的基本素质，具有开拓精神与创新创业意识，具备进取意识和探索精神，拥有较强的创新创业能力。 |
| **课程目标3：价值引导** | 1.践行社会主义核心价值观，具备优良的政治素养。能严格遵守学术道德规范，树立良好的人文和科学精神，崇尚严谨求实的学风，恪守职业道德，维护科学诚信，没有抄袭、剽窃等不良行为。  2.系统掌握工商管理类专业基础知识；具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养；能够准确地识别和分析市场营销中的各种问题，能够适应快速变化的市场环境灵活运用所学知识解决实际问题。  3.选题立足中国市场情境，具备心系家国的本土情怀，开展实践和调研活动，勇于承担社会责任，能够塑造良好的职业道德和高度的敬业精神；具有高尚的审美情操和乐观向上的生活态度，充满责任感地工作。 |

**表2-1 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求1：**素养要求【H】 | 1.1政治道德。爱国爱家、遵纪守法，践行社会主义核心价值观，具备优良的政治素养和品质，忠于祖国和人民，拥护中国共产党的领导，立志投身于新时代中国特色社会主义建设和中华民族伟大复兴事业。 | 3 |
| 1.2综合素养。具有良好的文化基础和人文修养；具有良好的职业道德和高度的敬业精神；具有信息素养、团队协作和沟通交流能力；具有良好的心理素质、身体素质、高尚的审美情操和乐观向上的生活态度，充满责任感地工作。 | 3 |
| 1.3 专业素养。系统掌握工商管理类专业基础知识；具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养；能够快速准确地识别和分析市场营销中的各种问题，能够适应快速变化的市场环境灵活运用所学知识解决实际问题。 | 3 |
| 1.4 本土情怀。立足中国市场情境，开展实践和调研活动，提高对本土情况的了解，帮助企业更好地适应市场环境，提高产品和服务的质量和竞争力；具备心系家国的本土情怀，牢记基层意识，脚踏实地，勇于承担社会责任，积极为祖国、为家乡繁荣和美好贡献力量。 | 3 |
| **毕业要求2：**知识要求【H】 | 2.1 人文知识。掌握哲学、法学、社会学、科学技术、语言文学、艺术、职业发展与教育培训等方面的通识知识，了解人类文明发展、世界优秀思想文化，掌握科学常识和现代科技发展的现状和趋势。 | 1 |
| 2.2数理知识。掌握数理类、信息技术类等方面的基础理论知识与方法，熟悉统计学基本原理和定量研究方法，能熟练运用统计分析软件开展市场调研与预测的分析。 | 1 |
| 2.3 跨界知识。了解跨学科、跨行业、跨企业等交叉知识，建立起完备的知识体系，具备基本的跨界融合知识；了解创新创业活动所需要的基本知识和前沿理论。 | 1 |
| 2.4专业知识。熟悉和掌握与市场营销有密切关系的相关管理学、经济学、统计学、心理学等自然科学和社会科学知识；具有扎实的现代市场营销学、市场调研、营销策划等方面的基本理论与专业知识，了解本学科前沿及发展动态；熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解市场营销前沿理论及营销实践。 | 1 |
| **毕业要求3：**能力要求【H】 | 3.1 专业技能。具备市场营销环境分析能力，对市场趋势、竞争态势等方面具有前瞻性和市场敏感性；具备进行市场调查计划、组织、实施、数据分析与挖掘的技术能力；具备为企业进行营销策划、零售管理、新媒体营销等方面的专业能力；具备运用创新思维、信息技术手段等处理各项市场营销关键业务的实践能力。 | 2 |
| 3.3 创新创业。具备创新创业的基本素质，具有开拓精神与创新创业意识，具备进取意识和探索精神，拥有较强的创新创业能力。 | 2 |
| 3.4 职业发展。具备创新创业的基本素质，具有开拓精神与创新创业意识；具备敏锐的市场洞察力和判断力，能够及时了解本学科的理论前沿及发展动态，能够不断学习最新的专业知识和技能；具备批判性思维，对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。 | 2 |

**三、教学内容及要求**

**（一）学习内容**

**1.选题**

（1）符合本专业人才培养目标和教学基本要求，能综合反映本专业的基本理论、基本知识和基本技能。

（2）选题与本专业培养目标密切相关，具有专业性、实践性、创新性、可行性、个性化，有适当的深度、难度和广度，选题一般应为师生可参与接触到的领域，改进题目或新题比例原则上不低于 70%，适合学生的专业知识、能力水平。

（3）原则上一人一题，需数人共同完成的选题，每名学生须独立完成其中一部分任务，根据实际情况在题目上加以区别，并独立创作设计或撰写论文。

**2.开题**

（1）开题前，指导教师需根据课题情况填写《长江师范学院毕业设计（论文）任务书》，明确课题的来源、应完成的主要内容、基本要求、成果形式、进度计划等。

（2）学生根据指导教师下达的任务书撰写开题报告，报告中阐释选题的背景、意义、研究内容、拟解决的科学问题、主要采用的研究方法、预期目标、进度安排、文献综述及参考文献等子环节。

（3）指导教师审定开题报告后，参加开题答辩会，学生陈述时间不低于 10 分钟，提问不少于 3 个。

（4）未通过开题者，应根据指导小组意见进行整改，经指导教师认可后二次开题答辩。

**3.撰写指导**

3.1指导

（1）教师指导每位学生不少于10 次，如实填写指导记录。

（2）指导学生按规范要求定稿、查重、打印、装订。

（3）指导学生参加答辩。

3.2 撰写

（1）毕业设计（论文）基本格式符合《长江师范师范学院毕业设计（论文）规范》。

（2）字数满足各类毕业设计（论文）最低字数要求，文字规范、字迹清晰、图表整洁、比例适当。

（3）计量单位一律采用国际标准单位。

（4）定稿一律用 A4 纸打印。

3.3中期检查

（1）学生如实填写中期进展报告，字数 500-800 字，主要包括工作任务的进展情况，工作中遇到的问题，未按计划完成工作任务，下一步工作打算。

（2）指导教师认真评述，填写意见和建议，字数 100-200 字。

**4.文本查重**

（1）学生按规范要求撰写毕业设计（论文），提交指导教师初审；

（2）根据毕业设计（论文）种类要求，提交查重系统查重，毕业论文总重复率不得超过 30%，单项引用他人表述的文字复制比不得超过 10%。

**5.评阅**

（1）学生按时提交规范的毕业设计（论文）文本和电子文档。

（2）指导教师和评阅人进行审阅，依据《长江师范学院毕业设计（论文）成绩评定参考标准（指导教师、评阅人用）》撰写《长江师范学院毕业设计（论文）成绩评定表（指导教师、评阅人用）》评语，给出建议成绩，成绩合格者具备答辩资格。

**6.答辩**

（1）答辩准备

①根据学生人数设立答辩委员会和若干答辩小组，每个答辩小组成员不得少于 3 人，答辩小组组长应具有副高以上职称。

②确定答辩时间和答辩记录人，布置答辩会场，报学院备案。

（2）答辩程序

①所有完成毕业设计（论文）具有答辩资格学生均须答辩；

②指导教师将审阅合格的毕业设计（论文）在答辩前提交学院，由学院分发至答辩小组成员，参加答辩的设计（论文）版本必须与查重通过版本相同；

③答辩小组成员分别审阅毕业设计（论文），准备答辩时的提问，每篇设计（论文）提问不少于 3 个；

（3）成绩评定

①答辩结束后，答辩小组充分讨论，依据《长江师范学院毕业设计（论文）成绩评定参考标准（答辩委员用）》，填写《长江师范学院毕业设计（论文）成绩评定表（答辩委员用）》评语，并给出合议成绩，交学院答辩委员会合议，学院领导小组审定；

②毕业设计（论文）成绩按“优秀”“良好”“中等”“及格”“不及格”五级计分，各专业“优秀”等级成绩不应高于 5%。

③凡毕业设计（论文）抄袭、剽窃他人成果者，按作弊处理。

**7.总结**

每届毕业设计（论文）结束后，撰写工作总结，针对不足，提出整改意见。

**8.归档**

（1）专人负责当年毕业设计（论文）整理、装订、归档工作。

（2）毕业设计（论文）的档案材料严格按《长江师范学院毕业设计（论文）档案收集清单及装袋顺序》整理，学院保存所有纸质文本及电子文本。

**（二）时间安排**

第7学期10月前开始毕业设计（论文）任务布置，第8学期6月完成毕业设计（论文）资料整理归档。

**（三）工作流程**

围绕毕业设计（论文）的选题、开题、指导、中期检查、论文定稿、评阅、答辩等环节，强化和完善学院毕业论文（设计）的管理体系，合理安排工作程序和进度。具体工作流程按照管理学院当年毕业设计（论文）管理实施办法执行。

**（四）业务指导**

专业为学生选派有高度责任心、较高的教学水平和科研能力，所学专业和现从事教学科研工作与市场营销专业一致或相近，具有中级以上职称或硕士以上学位、或行业企业中具有中级职称以上技术骨干作为指导教师。

每名指导教师所指导的学生总人数原则上不超过10人，平均每周对每名学生的指导不得少于1次，总的指导记录不少于10次，并如实填写。

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表3-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属环节** | **考核**  **占比** | **考核方式** |
| 课程目标 1 | 1.市场调查、营销环境、竞争态势、消费者行为、营销策划、零售管理、新媒体营销、商务谈判与沟通、营销策略等现代市场营销学经典理论和基础知识，学科前沿及发展动态，国家有关市场营销的方针、政策与法规。 | 论文选题  论文开题  论文撰写  论文定稿  论文答辩 | 指导成绩40%，评阅成绩30%，答辩成绩30% | 开题答辩  指导教师、评阅人和答辩小组评审 |
| 2.运用数理类、信息技术类等方面的基础理论知识与方法，对选题进行必要的定量研究，熟练运用统计分析软件开展市场调研与预测分析。 | 论文撰写  论文定稿  论文答辩 |
| 3.运用哲学、法学、社会学、科学技术、语言文学、艺术、职业发展等方面的通识知识，弘扬人类文明发展、世界优秀思想文化。 | 论文撰写  论文定稿  论文答辩 |
| 4.建立比较完备的跨学科、跨行业、跨企业等交叉知识体系，有一定的创新创业活动所需要的基本知识和前沿理论。 | 论文撰写  论文定稿  论文答辩 |
| 课程目标 2 | 1.了解本学科的理论前沿及发展动态，具备敏锐的市场洞察力和判断力，具备批判性思维，选题符合市场营销本科专业的培养目标和规格要求，能够对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。 | 论文选题  论文开题  论文定稿  论文答辩 | 指导成绩40%，评阅成绩30%，答辩成绩30% | 开题答辩  指导教师、评阅人和答辩小组评审 |
| 2.具备市场营销环境分析能力，对市场趋势、竞争态势等方面具有前瞻性和市场敏感性；具备市场调查计划、组织、实施、数据分析与挖掘的技术能力；具备为企业进行营销策划、零售管理、新媒体营销等方面的专业能力；具备运用创新思维、信息技术手段等处理各项市场营销关键业务的实践能力。 | 论文撰写  论文定稿  论文答辩 |
| 3.具备创新创业的基本素质，具有开拓精神与创新创业意识，具备进取意识和探索精神，拥有较强的创新创业能力。 |
| 课程目标 3 | 1.践行社会主义核心价值观，具备优良的政治素养。严格遵守学术道德规范，树立良好的人文和科学精神，崇尚严谨求实的学风，恪守职业道德，维护科学诚信，没有抄袭、剽窃等不良行为。 | 论文选题  论文开题  论文撰写  论文定稿  论文答辩 | 指导成绩40%，评阅成绩30%，答辩成绩30% | 开题答辩  查重检测  指导教师、评阅人和答辩小组评审 |
| 2.掌握工商管理类专业基础知识；具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养；准确地识别和分析市场营销中的各种问题，适应快速变化的市场环境灵活运用所学知识解决实际问题。 |
| 3.选题立足中国市场情境，具备心系家国的本土情怀，开展实践和调研活动，勇于承担社会责任，能够塑造良好的职业道德和高度的敬业精神；具有高尚的审美情操和乐观向上的生活态度，充满责任感地工作。 |

**表3-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程  目标 | 考核方式 | | | 考核占比 |
| 指导成绩40% | 评阅成绩30% | 答辩成绩30% |
| 课程目标1 | 50% | 50% | 50% | 50% |
| 课程目标2 | 30% | 30% | 30% | 30% |
| 课程目标3 | 20% | 20% | 20% | 20% |

**（二）成绩评定**

毕业设计（论文）成绩评定由指导教师、评阅人和答辩小组分别根据学校统一的评分标准公正合理地给出，均采用百分制评出成绩。

总成绩（100%）=指导教师评定成绩（40%）+评阅人评定成绩（30%）+答辩成绩（30%）。

**（三）评分标准**

**表4 毕业设计（论文）成绩评定参考标准（指导教师及评阅人用）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 若存在下列情形之一的情况，该毕业论文（设计）认定为“存在问题论文（设计）”，不再对照要素进行评议。  （一）政治方向上，有违背党和国家相关政策方针、法律法规，或违背社会主义核心价值观、立德树人要求，或其它违背社会公序良俗的内容。  （二）学术诚信上，出现抄袭、剽窃、伪造、篡改、买卖或代写等学术不端行为。 | | | | **□是** |
| **□否** |
| **序号** | **评价项目** | **评价要素** | **具体内容** | **得分** |
| 1 | 选题意义  （10分） | 1.1选题方向  （5分） | 选题符合所学学科专业培养方向和人才培养目标，并与毕业生应具备的基本能力要求紧密相关。 |  |
| 2 | 1.2研究意义  （5分） | 面向所在专业领域学术问题或行业实际问题，具有理论或实践应用价值。 |  |
| 3 | 写作安排（15分） | 2.1文献调研  （10分） | 通过文献研读和实地调研，掌握本领域研究现状或行业动态，能够支撑论文（设计）选题。 |  |
| 4 | 2.2进度安排  （5分） | 进度安排合理，工作量饱满。 |  |
| 5 | 逻辑构建（25分） | 3.1层次体系  （10分） | 内容及体系完整、层次分明、重点突出，文题相符。 |  |
| 6 | 3.2逻辑结构  （15分） | 结构合理，逻辑清楚，论点鲜明，论据确凿、论证充分。 |  |
| 7 | 论文撰写（30分） | 4.1综合知识应用能力（10分） | 将所学学科专业的基础理论和知识合理应用于论文（设计），体现 所在专业领域的综合能力和素养。 |  |
| 8 | 4.2分析解决问题能力（15分） | 研究方法或工具选择得当、运用正确，论述严谨，结论可靠，体现分析解决本专业领域问题的能力和素养。 |  |
| 9 | 4.3创新能力  （5分） | 体现作者的独立思考，在研究思路、方法、内容或结论等方面具有一定的创新性。 |  |
| 10 | 学术规范  （20分） | 5.1行文规范  （10分） | 论文体例、文字表达、书写格式、图表、公式符号、缩略词等方面符合通行学术规范。 |  |
| 11 | 5.2引用规范  （10分） | 资料引证、代码标注、文献引用等符合通行学术规范和知识产权相关规定。 |  |
| 总分 | | | |  |

**表5 毕业设计（论文）成绩评定参考标准（答辩委员用）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评审项目** | **指 标** | **分值** |
| 1 | 答辩报告 | 论点正确，论据翔实，论证充分，条理清楚；实验方法科学，能综合运用所学知识全面、深入地进行分析归纳；结论严谨，论文有学术价值或应用价值。 | 20 |
| 2 | 报告过程 | 准备充分, 思路清晰，语言流畅，表达准确，具备必要的报告影像资料；在规定时间内做完答辩报告。 | 20 |
| 3 | 答 辩 | 回答问题思维清晰，有理有据，简明准确，具有较强的应变能力。 | 40 |
| 4 | 创 新 | 对前人工作有改进或突破，或有独到见解。 | 20 |
| 总 分 | | | 100 |

**五、其他说明**

本课程大纲依据2023版市场营销专业人才培养方案，由管理学院（部）工商管理教学系（教研室）讨论制定，管理学院（部）教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**

**字体、字号请参考范例**

**注意：**

**首字母大写**

**植物拉丁学名斜体**