

《市场营销专业毕业设计分析报告》

一、毕业设计过程总结

2024届市场营销专业毕业设计工作历经数月，环环相扣。包括选题、调研、营销活动设计、营销方案的撰写、最终毕业设计作品的形成、毕业设计答辩等工作任务。

1. 毕业设计选题

学生们结合实习岗位任务、自身兴趣和专业知识，在老师的指导下从促销活动策划、营销推广策划、市场开发等多个方向确定毕业设计题目。随后，通过查阅文献、实地调研和企业访谈等方式，收集了大量的相关的数据和信息，为营销策划方案设计提供了有力支撑。

2. 毕业设计完成

学生们运用所学的市场营销理论知识和方法，结合企业背景，对策划的营销主题进行深入分析，制定营销策略，设计营销活动方案，对营销活动实施情况进行分析总结，完成毕业设计初稿。在老师的指导下，进行反复修改完善。严格按照毕业设计的相关要求，规范格式，逻辑清晰，内容完整。做好毕业答辩准备。

3. 毕业设计答辩

学生们对自己的毕业设计作品及过程进行了详细地阐述，回答答辩评委的提问，展示专业实践能力水平和实习成果。

二、毕业设计选题分析

1. 选题方向分析

本届毕业设计的选题涵盖了市场营销的多个领域，包括营销推广、产品促销、市场开发等。其中，营销推广和产品促销是学生们比较关注的选题方向，尤其是新媒体营销、数字营销在促销活动中普遍被采用，这也反映了当前市场营销发展的热点和难点问题。

2.选题特点分析

(1) 紧密结合实际。大部分选题都来源于企业的真实项目，具有较强的现实意义和应用价值。

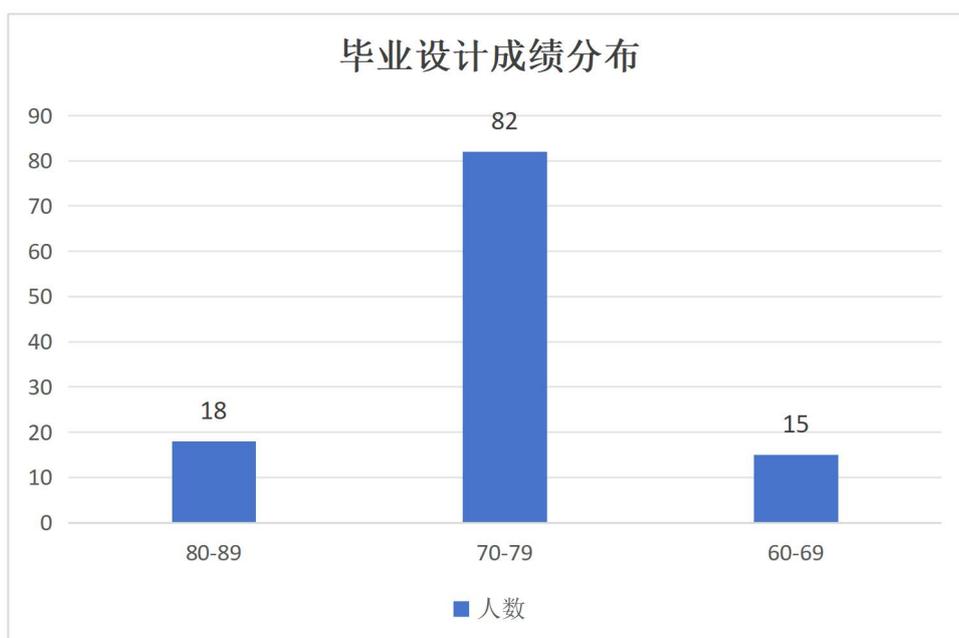
(2) 注重创新性。部分选题在传统营销技术性方法上，引入了新的理念和技术，如新媒体营销、数字营销、精准营销、大数据等，具有一定的创新性。

(3) 难度适中。选题的难度既考虑了学生的专业水平和实践能力，又具有一定的挑战性，能够激发学生的学习兴趣和创新潜力。

三、毕业设计成绩分析

1.成绩分布

本届毕业生共计 125 人，全部合格，其中 80—89 分，18 人；70—80 分，82 人；60—70 分，15 人，毕业设计的成绩分布较为合理，88% 的学生成绩在中等以上，毕业设计的整体成绩较为理想。通过对毕业设计作品和毕业设计答辩的评价，指导老师普遍认为学生在理论应用、数据分析和解决问题的实践能力上有显著提高。



2.成绩评定标准

成绩评定主要从以下几个方面进行考虑：选题的合理性、调研的充分性、营销活动设计的创新性和实用性、毕业设计方案质量、答辩的表现等。每个方面都有具体的评分标准，确保成绩评定的客观性和公正性。

四、存在的问题

1.理论基础不够扎实

部分学生在毕业设计中市场营销的基本理论和方法策略掌握不够扎实，导致在分析问题和活动方案设计时缺乏理论依据。

2.数据分析能力不足

在市场营销实践中，数据分析是非常重要的环节。部分学生在毕业设计中数据分析方法的运用不够熟练，无法从大量的数据中提取有价值的信息。

3.创新能力有待提高

在营销活动设计中，运用了新媒体营销、数字营销等新技术方法，具有一定的创新性，但在实施过程中往往缺乏创新思维，难以形成具有突破性的解决方案。

4.毕业设计作品撰写不规范 部分学生在撰写毕业设计时，存在格式不规范、内容不完整、逻辑不清晰等问题，影响了毕业设计的质量。

五、改进措施

1.注重专业理论知识培养

在日常教学中，加强对市场营销基本理论和方法的教学，提高学生的专业理论水平。同时，引导学生关注市场营销的最新发展动态，拓宽学生的知识面。

2.培养实践创新能力

鼓励师生积极参加企业级营销实践活动、创新创业活动，提升教师的实践指导能力，培养学生的实践能力和创新思维。在毕业设计中，结合企业的真实营销项目，引导学生从不同角度思考问题，提出具有创新性的营销方案，解决企业的实际问题。

3.规范毕业设计撰写

加强对毕业设计撰写的指导，明确报告的格式和要求。要求学生在撰写营销策划方案时，注重内容的完整性、逻辑的清晰性和语言的规范性。

毕业设计是检验学生能力水平最后的一个环节，也是重要的一关，通过对市场营销专业毕业设计的分析，发现了存在的问题，并提出了相应的改进措施。在今后的教学和实践，我们将不断完善与改进，把好教育教学的每一道关，提高教学质量，培养出更多适应社会经济高质量发展需要的高素质营销人才。