**市场营销专业本科毕业论文题目设计**

[毕业论文](http://www.lunwenstudy.com/)是对高校学生在校期间专业知识、技能及能力的综合检验，也是目前本科毕业生申请学士学位的核心环节之一。毕业论文题目设计在一定程度上决定着毕业论文的质量。一个好的论文题目意味着好的开端，选题方向不合适，题目研究范围过大、研究内容学生不熟悉或不感兴趣，容易导致学生将毕业论文作为一项任务来完成的情况出现，学生大多只是应付应付，抄袭、复制的情况也就很难避免。  
　　  
　　1 2008 届至 2010 届毕业论文题目设计现状  
　　  
　　1.1 选题的统计与分析。  
　　  
　　2004 年 4 月，经国家教育部批准，广州大学松田学院正式成为全国首批本科独立院校。因此，市场营销专业本科毕业论文工作是从 2004 级（2008 届）毕业生开始启动的。  
　　  
　　企业营销的理论与实践在市场营销专业本科毕业论文选题所属专业方向中一直占据着主体地位，其论文篇数占总篇数的50%左右，随着旅游、房地产、网络行业的升温，旅游与酒店营销、网络营销、国际营销、房地产营销理论与实践方面的论文篇数保持着逐年上升的趋势。  
　　  
　　1.2 毕业论文题目设计的程序和方法。  
　　  
　　受到本科毕业论文指导经验积累尚浅、前两届市场营销专业本科毕业生较少等客观因素的制约和影响，论文题目的确定流程相对简单。系、教研室首先对各专业老师进行资格筛选，之后各指导老师根据自己的研究领域、市场发展的热点、企业的实际需要拟定题目，学生则根据爱好、就业、能力等实际情况选择题目，从而完成教师与学生之间的双向选择过程。  
　　  
　　与普通高校不同的是，独立学院由于其办学性质的独特性，专业方向设置与市场需求结合更为紧密，专业教师结构年轻化等特点明显。因此，从 2010 届开始，在指导老师拟定题目的同时，要求同学们也进行思考，就感兴趣的专业知识点或实习意向给出自己论文方向或论文题目；与此同时，系部在暑假前夕召开一次专题会议，动员论文指导老师在暑假期间多深入企业、了解市场，观察社会。一方面增加自己的理论结合实际的能力和实践经验，同时也为拟订较高质量论文题目做好准备。  
　　  
　　2 毕业论文题目设计存在的问题和困难  
　　  
　　2.1 学生选题时存在的问题和困惑。  
　　  
　　（1）学生对于毕业论文题目的规范设计性一知半解。调查中发现，绝大多数的同学对于毕业论文题目的规范性设计知道得不全面，理解不透彻，甚至有近两成的同学表示自己对毕业论文题目设计一窍不通。从学生提交的自拟题目来看，有些题目过大过长、有些题目过于模糊笼统，有些题目创新性不足，有些题目从选题方向来看研究的价值不强。在专业课程的系统学习过程中，学生难以获得专业论文撰写方面的知识，同时缺乏论文写作能力的培养，在考虑毕业论文题目的时候显得有些力不从心。  
　　  
　　（2）学生独立思考和研究的能力有待加强。在选题来源渠道上，根据爱好进行选题的比例仅占三成，学生通过平时的专业课程学习、专业书籍阅读、课程实践启发这三个途径确定论文选题方向的比例并不高，从侧面反映出学生对于知识积累的重视程度不足，自主学习的积极性不够高，独立思考和研究的能力有待加强。  
　　  
　　2.2 题目设计方法和流程上存在的不足。  
　　  
　　现在实行的[毕业论文选题](http://www.lunwenstudy.com/lwtimu/)的确定办法实行双向选择，充分调动了老师和学生的积极性，但在具体的实施过程中也发现了一些问题。  
　　  
　　由于学生所给题目规范性不强而容易在审核过程中遭淘汰，论文题库中的大部分题目都是指导老师给定的，毕业论文往往容易变成了命题作文。可能有少数学生刚好选中了自己感兴趣、也有想法的题目，但大多数学生仅是随意选了一个题目，写论文就成了一件既花时间、对自己实习及就业帮助不大，又不得不完成的任务，学生自身的主观能动性没有发挥出来。  
　　  
　　2.3 独立学院办学模式实施时遇到的困难。  
　　  
　　（1）与地方经济联动欠缺。独立学院作为公办教育资源外延性扩张的一种特殊形式，其培养方向的地缘标志非常明显，就是要根据本地市场经济建设的需要，树立创新的办学理念，向所在区域输送所需人才。但由于独立学院是依靠社会力量办学，发展年头尚短，与当地政府、企业的合作才刚起步，在进行学生实践型培养方面存在一定困难。  
　　  
　　（2）师资力量受限。由于受长期“公办铁饭碗”观点制约，很多优秀的研究型人才不愿到独立学院来发展，因此独立学院的师资队伍主要有两类教师资源组成：一是刚刚毕业的硕士研究生，这类教师资源较为年轻，流动性较大，这对独立学院人才的结构建设和稳定性产生了极大的冲击；二是一些名牌或公办大学退休的教师或教授，虽然这样的人才引进对提高青年教师技能、提高学术水平方面有极大的帮助，但由于年龄限制，无法带领年轻教师申报各类科研项目。因此，这样的师资队伍构成对教学质量、科研能力的提升而言构成了一定程度上的影响。  
　　  
　　3 市场营销专业毕业论文题目选题的对策和建议  
　　  
　　3.1 将论文写作的培养贯穿于日常教学。  
　　  
　　毕业设计和论文撰写质量要集中体现学生在学科基础知识、实践技能、在专业领域研究等多方面的综合能力，不可能靠一个学期或者一学年就可以让学生提高自身的研究能力。  
　　  
　　教师在日常授课过程中可引导学生在理论学习的基础上，根据自己的兴趣或专业方向有意识地阅读专业文献，撰写心得；让学生参与自己的课题研究或设置一些难度较高的热点题目供学生研究、作业以小论文或报告形式呈现等。这些方式都有助于学生在专业学习的同时培养研究的意识。  
　　  
　　3.2 注重培养学生独立思考和科学研究的能力。  
　　  
　　提高毕业论文设计质量的关键之一在于学生独立思考、动手研究的具体能力。市场营销具有应用广泛、实践性强的专业特点，应进一步鼓励学生在考虑毕业论文选题时，根据自身的实习情况，结合就业意向，选择自己熟悉的企业作为研究对象。论文题目应该具体到某个企业，实例实写，这样才避免将毕业论文变成命题的议论文，才能较好地杜绝复制、照抄的现象。通过完成毕业论文设计，帮助学生更好地了解社会、了解企业，提升学生发现问题、分析问题、解决问题的综合能力，增强学生就业竞争力。  
　　  
　　3.3 简化选题流程，提高选题工作的质量和效率。  
　　  
　　毕业论文选题时间段可适当向大三延伸，大部分同学对为什么要写论文，论文题目应该怎样选，论文应该怎么写都是很模糊的。因此，可以在论文工作启动之前，通过组织讲座、培训等方式，向学生说明学术态度端正的重要性，进一步普及毕业论文设计及撰写常识，如以专题讲座的形式给学生讲解毕业论文设计的重要性，论文题目选择的原则，论文写作的注意事项等，减少论文题目设计的盲目性，提高论文选题及[论文写作](http://www.lunwenstudy.com/xiezuo/)的效率；引导学生进行相关文献阅读，进行社会实践，通过专业实训等手段帮助使学生在思考、动手和发现问题的过程中找到研究方向，不至于在大四定题时，毫无头绪，仓促应对。  
　　  
　　3.4 加强学院对实践教学的投入力度。  
　　  
　　独立学院应该发挥灵活办学的优势，大胆地走出去，与当地政府、大型企业进行积极联动，建立实践、实训、实习基地；引导教师走进企业和实践环境，改革传统教学模式，以培养动手能力强、创新能力强的本科人才为主导目标。同时，利用母体学校的资源优势，积极聘请专家、教授、学者对专业教师的教学、科研等方面进行指导，鼓励学院年轻老师积极参与母体学校高质量的科研研究，提高自身学术水平。