

湖南电子科技职业学院数字经济学院

2025 届毕业设计整体情况分析报告

毕业设计是教学计划的重要组成部分，是学生大学三年中最后学习阶段和综合训练阶段，是对学生学习与实践成果的全面总结，更是对教学计划和培养目标的全面检验。毕业设计不仅对所学知识起到深化和提高的作用，也是毕业资格认定的重要依据。

一、2025 届毕业设计整体情况分析

按学校关于做好2025届学生毕业设计工作的要求，数字经济学院召全体教师会议，制定《数字经济学院2025届毕业设计工作管理机构及领导小组》，落实责任。

（一）毕业设计过程总结

1. 前期准备阶段

为确保 2025 届毕业设计工作的顺利开展，分院组织各专业教师开展选题征集工作，要求教师结合专业发展趋势、行业实际需求以及自身科研项目，提出具有一定创新性和实践价值的毕业设计题目。同时，通过线上线下相结合的方式，向学生详细介绍毕业设计的目的、要求、流程以及时间安排等重要信息，使学生对毕业设计有了清晰的认识。

在选题确定过程中，各专业均充分尊重学生的兴趣和意愿，采用师生双向选择的模式。学生根据自己的职业规划和兴趣爱好填报选题志愿，教师则根据学生的专业成绩、学习态度以及选题匹配度等因素进行筛选。对于部分选题志愿较为集中的情况，学院及时进行协调和引导，确保每个学生都能找到合适的毕业设计题目。此外，为了帮助学生更好地理解选题内容和要求，各专业还组织了选题宣讲会，由指导教师对所负责的题目进行详细解读，解答学生的疑问。

2. 选题阶段

我院网络营销与直播电商专业选题覆盖了直播电商专业直播推广、短视频营销、新媒体营销、活动策划、活动推广等多个核心课程领域，体现了网络营销与直播电商专业的广泛性和前瞻性；大数据与财务管理专业选题紧密结合财务实际工作场景，涉及企业类型多样，涵盖科技、服饰、家居、食品、医药、零售等多个行业，既有大型知名企业，也有中小型企业，体现了学生对不同行业财务运作情况的关注和探索，能够将专业知识与不同行业的实际财务场景相结合，具有较强的拓展性。选题类型多样，包含了薪资管理、费用报销及流程优化、财务数据抓取与分析、财务报表分析、应收账款管理、采购与付款流程设计等多种类型。这些不同类型的选题覆盖了财务管理工作中的多个关键环节，从基础的日常财务操作到大数据背景下的财务数据分析，全方位地体现了专业学习的广度，也反映出学生对财务管理各领域知识的掌握和运用能力。选题构建明确，每个选题都有清晰的聚焦点，无论是针对某一具体财务环节的设计与优化，还是运用特定工具进行财务数据处理与分析，都有

着明确的研究对象和目标。这种明确的构建使得学生在毕业设计过程中能够更有针对性地开展研究，保证了毕业设计的方向性和有效性，也体现了学生对财务工作具体问题的精准把握；大数据与会计专业选题范围广泛，涵盖了财务分析、税务筹划、财务管理方案设计与优化等多个领域。学生紧密关联企业实践，聚焦实践企业财务管理急需解决的问题，挖掘专业新技术在企业财务管理中的潜力，为不同行业、不同规模的企业提供科学的解决方案；金融科技应用专业本次毕业设计选题广泛，涵盖了投资理财规划、保险规划、金融市场调研、金融企业活动策划、金融产品促销、金融品牌运营推广、金融产品设计、投资规划、企业融资规划等方向。此次选题类型多样，涉及金融科技的不同子领域，体现了学生的广泛兴趣和探索精神。选题类型包括理财规划方案、保险规划方案、众筹方案等。这些多样化的选题为学生提供了全面的实践机会，锻炼了他们在不同金融科技领域的能力。部分选题具有创新性，学生尝试将新技术、新方法应用于金融领域，解决实际问题；电子商务专业选题覆盖了电子商务专业网店运营与管理、新媒体营销、活动策划、数据分析、直播电商、客户服务与管理等多个核心课程领域，体现了电子商务专业的广泛性和前瞻性；市场营销专业选题紧密围绕营销专业的核心技能和素养，内容广泛涉及食品、饮品、电子产品、家电、化妆品、汽车、房地产等多个领域。选题体现了对地方市场（如长沙望城区、长沙地区等）的深入研究，有助于学生在特定市场环境下制定营销策略。

选题类型多样：选题类型包括促销活动方案、市场

调研方案、谈判方案、营销策划方案、新产品推广方案、公关活动方案、新媒体营销方案、广告设计文案、推销方案等。这些多样化的选题为学生提供了全面的实践机会，锻炼了他们在不同营销领域的的能力。选题构建明确：大多数学生能够按照“品牌+产品+地区+时段+方案”的构建思维进行选题，使得选题明确且具有可操作性，有助于学生在研究过程中保持清晰的方向和目标。

3. 设计与实施阶段

各专业的学生根据指导教师发布的毕业设计任务书，明确研究背景、目的、意义、研究方法及预期成果，学生按照毕业设计计划，采用合适的方法和手段，进行实际操作，收集数据和进行毕业设计。此阶段学生需与指导教师保持密切联系，及时汇报研究进展和遇到的问题。学生在指导老师的帮助下，结合专业知识和实际情况，制定了合理且可行的设计方案。这些方案注重实践性和创新性，旨在解决专业领域实际问题。

4. 成果展示与答辩阶段

网络营销与直播电商专业指导教师组进行指导老师对学生进行中期检查，针对评估进度，指出问题并提出改进建议，确保项目按计划推进。再次过程中，学生完成毕业设计作品，查重率不超过30%，并参加答辩，答辩环节全面检验学生的专业成果，同时锻炼其表达与应变能力；大数据与财务管理专业学生能将设计与实施阶段的内容系统整理，形成结构清晰的毕业设计报告，涵盖方案设计、数据处理、问题解决等核心内容。展示时，善用图表、流程图等形式呈现关键信息，如用Power BI制作的财务数据可视化图表等，直观体现成果亮点。

部分学生还制作了简洁明了的演示文稿，突出设计重点与创新点，让评委快速把握成果价值。在答辩准备与表现方面，学生提前梳理毕业设计的重难点，针对可能被问及的专业问题、方案细节等做好充分准备。答辩中，多数学生能清晰阐述设计思路、实施过程及成果意义，面对评委提问，能结合专业知识冷静回应，展现出对选题的深入理解和良好的逻辑表达能力。部分学生在回答中还能灵活补充方案的优化方向，体现了积极的思考态度；大数据与会计专业的学生，能运用所学的大数据与会计专业知识、统计方法和信息技术工具，对数据进行了较深入的分析 and 解读，提出了有针对性的见解和建议。在毕业设计撰写阶段，学生们将毕业设计成果系统地整理文字材料、并配以图表、数据等说明，形成了完整的毕业设计。毕业设计答辩准备充分，过程完整，学生在整个答辩过程中，保持自信、谦虚、认真的态度，以适中的语速，条理清晰，准确回答答辩问题。同时，各答辩学生注意答辩时间把控。对于答辩专家的提问和建议，答辩学生虚心接受并认真记录，以更好地修订自身毕业设计。其整个答辩准备充分，过程完整；金融科技应用专业学生毕业设计的成果形式多样，学生将毕业设计成果进行整理和总结，形成完整的毕业设计方案。他们通过图表、文字、图片等多种形式展示设计成果并提交。部分毕业设计具有较好的实际应用价值，为金融机构等企业提供高效、低成本的业务解决方案；或为消费者提供便捷、安全的金融服务等。在实施过程中，学生之间的团队协作能力得到了充分锻炼和提升，为未来的职业发展打下了坚实基础。学生在答辩前认真准备答辩材料，熟悉设计内容和答辩流程。在答辩过程中，学生能够自信地展示自己的设计成果，回答评委的问题，展现了良好的专业素养和应变能力。

（二）毕业设计选题分析

1. 网络营销与直播电商专业本次毕业设计选题多样且贴近实际，反映了直播电商行业的最新动态。选题兼具实用性与创新性，例如“花知晓旗舰店店铺直播推广方案设计”“京东拓诺数码专营店运营推广方案”“谷雨官方旗舰店店铺新媒体营销推广方案设计”“TOMFORD 汤姆福特抖音官方旗舰店短视频推广方案设计”等。这些选题源于企业真实项目或高度模拟实战案例，实践性强，与专业培养目标高度契合，充分体现“以就业为导向、以技能为核心”的高职教育特色。毕业设计选题严格依据 2022 级网络营销与直播电商专业人才培养方案，聚焦直播运营、短视频营销、网店运营、网络推广、网店美工、数据分析、客户服务、新媒体营销等核心岗位。据统计，节庆活动推广类选题占比最高，达 28%；直播推广与新媒体营销方向各占 20%；数据分析、美工设计及客户服务相关选题相对较少。具体选题方向分析如下：

1. 节庆活动推广方案：是最集中的选题方向，表明学生对电商平台的大型营销节点有着高度的敏感度和参与意识。选题涵盖了“618”、“双 11”、“儿童节”和“店庆”等最重要的大促节点。该方向选题直接对应企业“活动运营”、“品类运营”等岗位需求，表明学生已掌握电商运营的核心节奏。
2. 直播推广方案：选题具体到了店铺直播（花知晓、汾酒）和特定活动直播（戴永红双十一），注重策划、话术、流程、互动设计以及数据复盘，侧重瞬时爆发和销售转化。
3. 新媒体营销方案：围绕品牌

官方旗舰店的新媒体矩阵（包括抖音、小红书、微博、微信公众号等），侧重内容规划、平台运营、粉丝增长与品牌建设，体现长期运营思维。4. 网络预售活动方案：此方向体现了学生从基础运营向高阶策略运营的延伸，具备了解决更复杂商业问题的潜力。5. 短视频推广方案：虽然占比较低，但选题质量高，且高度聚焦于抖音生态（TOMFORD 抖音旗舰店）。这表明学生抓住了“短视频+电商”的关键赛道。6. 店铺整体运营推广：少数几个学生专注于店铺的运营与推广，对店铺定位、产品规划、视觉设计、流量结构（免费/付费）、客户服务、数据分析等整个运营链条有通盘考虑。案的稳固性和可靠性。主体结构设计涉及梁、板、柱等关键构件的选型与设计。选题应关注构件的力学性能、连接技术及构造细节，确保设计的规范性和施工的可行性。选题也可涵盖施工技术的选择、施工方案的制定以及施工组织管理的策略。通过分析实际工程中的施工技术难题和组织管理挑战，提升学生的施工技能和管理能力。

2. 大数据与财务管理专业针对2025届24名学生的毕业设计选题，根据毕业设计选题标准，从定性与定量两个维度进行整体分析。（一）选题定性分析，选题整体符合专业培养目标和选题标准。在专业性上，所有选题均围绕大数据与财务管理专业核心领域，涉及薪资管理、费用报销、财务数据分析等，紧密贴合专业知识体系；实践性方面，选题均以企业实际财务工作为背景，聚焦真实业务场景中的问题，具有较强的实践应

用价值；创新性上，部分选题运用Power BI等工具进行财务数据抓取与分析，体现了对新技术在财务领域应用的探索，虽创新程度有差异，但均展现了一定的思考。（二）选题定量分析，24个选题中，涉及Power BI财务数据抓取与分析的有8个，占比33.3%；费用报销及相关流程优化的有6个，占比25%；薪资管理相关的有3个，占比12.5%；其他财务相关管理与分析的有5个，占比20.8%。从数据分布可知，运用大数据分析工具的选题占比较高，符合专业对数据处理能力的培养要求，各类选题数量分布相对合理，覆盖了专业多个核心方向。综合来看，24名学生的毕业设计选题在定性上符合标准，定量分布较为均衡，整体质量良好。

3. 大数据与会计专业在毕业设计选题题库合理性分析参考“湖南省财经商贸类专业毕业设计指南”意见，以及学校大数据与会计专业人才培养方案要求，建立了大数据与会计专业学生的毕业设计选题题库。为更好地确保大数据与会计专业毕业设计选题题库合理性，邀请行业、企业、校外学校专家进行题库评审，最终确定将2025届大数据与会计专业毕业设计选题分为三大类：财务分析类、经营管理提升类、技术应用类，选题题库建立流程科学、合理。选题贴近企业实际经营需要，涵盖了学校人才培养方案的培养专业技能要求，体现学生综合运用所学的专业知识和专业技能解决财务会计领域中实际问题的能力。2025届大数据与会计专业毕业设计实际选题人数为142

人，2人为当兵按规定不需选题。通过归类、整理、分析，12%选财务分析类选题，56%选经营管理提升类，32%选技术应用类。从以上可得知，学生整体偏向于经营管理提升类选题。经营管理类选题最多，主要从企业内部控制的流程优化设计和新设立小型企业的业务流程设计，技术应用类选题主要为利用会计信息化软件进行账务管理或业财融合管理、EXCEL软件应用及基于PowerBI进行大数据分析。后期各毕业设计指导老师应加强引导学生突破自我，促成学生勇于选用大数据技术工具来辅助完成毕业设计，以更好地体现专业的前瞻性。

4. 金融科技应用专业从专业相关性分析来看，选题比较符合金融科技应用专业培养目标，有一定的综合性和典型性，能体现学生进行需求分析、信息检索、方案设计、资源利用、成本核算等专业综合能力和创新协作等意识的培养要求。从实际应用性分析来看，选题较地贴近生产实际、生活实际，大都来源于真实的金融领域的实际，如投资理财规划、保险规划、金融产品（服务）市场调研及营销推广等，体现学生综合运用所学的专业知识和专业技能解决金融科技领域中实际问题的能力。从范围适度性分析来看，选题大小适中、难易适度，难易度和工作量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，毕业设计作品通常在5000字左右（方案特殊性至少3500字以上）且能完成任务。确保每个学生通过努力能取得相应成果，并在任务书中予以明确，在毕业设计成果中体现差

异性。从选题定量分析来看，在选题的数量分布上，各类型选题分布较为均衡，方案设计类占比最高，适合高职学生的知识和能力状况，有利于学生在规定时间内完成高质量的毕业设计，达到检验及提高专业技能的目的。其中，理财规划类、类选题最多，依次是保险规划方案、金融产品（服务）市场调研方案及营销推广方案等。

5. 电子商务专业本次毕业设计的选题多样且贴近实际，反映了电子商务行业的最 新动态和发展趋势。多数选题具有较强的实用性和创新性，如牵手漫步情侣装天猫店铺运营推广方案、花森马天猫官方旗舰店网络营销方案设计、珂拉琪官方旗舰店双十一活动策划方案、珀莱雅天猫旗舰店双十一活动策划与实施等。这些选题不仅符合电子商务行业的发展需求，也为学生未来的职业发展打下了坚实的基础。毕业设计选题以 22 级电子商务专业人才培养方案为依据，选题方向为电商运营推广、 新媒体营销运营、视觉营销设计、网络客服服务等主要岗位。据通过 数据分析，电商运营推广方面选题人数占比较高，总体达35%，活动策划方面选题人数占 27%，其中爆款打造、新媒体营销方向选题占比超过 15%，直播电商、美工设计、客户服务方向选题较少。在选题方向上分析：店铺运营推广方案在该选题方向中，大部分学生选定的是淘宝天猫平台、少部分同学选择了京东、抖音、拼多多。新媒体运营方案，在该选题方向中，大部分学生选定了店铺或品牌的新媒体运营推广方向，

少部分学生新媒体优化方向等。爆款打造方案在该选题方向中，大部分学生选定了淘宝、天猫平台店铺的爆款选择与打造方案。活动策划方案在该选题方向中，大部分学生选择双十一、双十二等促销活动的策划方案，少部分学生选择了618、会员节、聚划算等选题。产品营销策略还有学生关注于产品营销策略，包括直播营销、新产品上新等。

6. 市场营销专业针对2025届37名学生的毕业设计选题，根据毕业设计选题标准，从定性与定量两个维度进行整体分析。

（一）选题定性分析，从选题的专业相关性来看，大部分选题都紧密围绕营销专业的核心技能和素养，如信息采集、沟通协调、产品推广、营销策划等，符合营销专业的培养目标。选题内容广泛，涉及食品、饮品、电子产品、家电、化妆品、汽车、房地产等多个领域，能够全面考察学生的综合应用能力。同时，选题多关注区域市场，如长沙望城区、长沙地区等，体现了对地方市场的深入研究，有助于培养学生在特定市场环境下的营销策略制定能力。（二）选题定量分析，从选题的数量分布来看，各类型选题分布较为均衡，方案设计类占比最高，符合营销专业毕业设计以方案设计为主的特点。在选题的具体性上，大多数学生能够按照“品牌+产品+地区+时段+方案”的构建思维进行选题，如“海底捞火锅长沙阿波罗广场店春季新媒体营销方案”，这种明确的选题方式有助于学生在研究过程中保持清晰的方向和目标。此外，选题难度适中，既不过于简单也不

过分复杂，适合学生的知识和能力状况，有利于学生在规定时间内完成高质量的毕业设计。综上所述，2025届营销专业毕业设计选题涵盖了营销领域的多个方面，但各类选题的分布不均，反映了学生们对不同营销技能的偏好和认知程度。在实际教学中，可以引导学生们更加全面地了解 and 掌握各类营销技能，以适应未来市场的多样化需求。

（三）毕业设计成绩分析

从成绩分布来看，绝大多数学生能按时保质完成毕业设计，成绩良好，整体达成教学目标。成绩分布反映出学生具备扎实的专业技能与良好的项目实践能力。其中网络营销与直播电商专业绝大多数学生的综合成绩在 70 分至 80 分之间，少数学生达到 90 分及以上。在提供的数据中，综合成绩的最高分是93分。综合成绩的最低分是80分。在从成绩、选题、通过情况等方面进行了数据分析，发现大多数学生成绩多集中在 80-90 分区间，表现出一定的成绩集中趋势。通过率高，表明学生毕业设计的整体质量较高；市场营销专业37名毕业生中，34人顺利毕业，毕业率高达91.89%，整体情况良好。

各专业大部分毕业生在毕业设计中展现出了梯度化的能力水平，且多数学生能够达到毕业要求，体现了较好的教学成效，但仍有提升空间。学校和指导老师应继续总结经验教训，为学生提供更全面的指导和支持。

二、毕业设计存在问题

1. 产教融合深度不足

部分学生虽掌握理论基础，但将行业真实需求转化为完整方案的能力较弱，缺乏对企业流程、成本控制和效果评估的实际考量，反映出校企协同育人环节仍需深化。

2. 创新性与差异化表现不突出

多数方案虽结构完整、要素齐全，但同质化现象较明显，如在内容策划、推广策略等方面未能充分体现品牌特色或个人创新思路，难以在同类作品中脱颖而出。

3. 选题类型分布不均衡

各专业选题类型分布不均衡，如大数据与财务管理专业Power BI相关财务数据抓取与分析选题有8个，费用报销及相关流程优化选题有6个，两者合计占比达58.3%；而财务报表分析、采购与付款流程设计等其他类型选题占比相对较低。这体现出学生在选题时存在一定的偏向性，对财务管理领域的覆盖不够全面。

4. 学生能力分层现象明显

从毕业设计的表现来看，学生呈现出清晰的能力梯度，优秀群体占比相对较少，多数集中在中等及合格层级。这表明专业培养在拔高整体水平、缩小能力差距方面存在不足，未能充分激发多数学生的潜力，导致整体竞争力未能达到更优状态。

5. 参与的挑战性不足

选择较难毕业设计的学生数量偏少，多数学生倾向于中等或一般难度的任务，这背后既可能是学生自身畏难情绪的体现，也反映出毕业设计的难度设置、任务吸引力或引导机制存在欠缺，未能有效鼓励学生主动挑战更高难度、提升自身能力。

6. 教学与评价的针对性不足

现有教学模式和毕业设计评价方式未能充分匹配学生的差异化需求，教学中对不同能力层级学生的精准指导不够，评价上也存在与难度过度绑定的单一化倾向，未能全面、客观地衡量学生的综合素养，难以有效助力学生个性化发展。

7. 时间管理能力不足

部分学生在项目推进过程中，因时间规划不合理导致前期拖延，后期赶工，影响设计质量。

8. 理论与实践结合不够紧密

部分选题如费用报销流程优化等，虽结合企业实际，但高分占比不高，反映出学生在将财务管理理论知识应用于实际业务流程优化时，存在一定的脱节，对企业真实需求的理解和转化能力有待提升。

9. 过程管理与执行韧性有所欠缺

部分学生在前期的调研、数据收集和方案规划阶段投入不足，依赖后期集中完善，导致方案深度不够，细节实现度较低，反映出项目管理和持续执行能力需系统训练。

10. 成果呈现与专业化表达尚需提升

部分毕业设计在文本规范性、数据可视化、PPT 逻辑架构及口头陈述等方面表现不足，影响方案的说服力和传播效果，与行业岗位要求的专业输出能力存在差距。

11. 答辩表现存在短板

部分学生的毕业设计在格式、逻辑、语言表达等方面存在不足。

12. 毕业设计撰写不规范

各专业学生的毕业设计均存在格式混乱、内容逻辑不清晰、数据引用不恰当等问题，影响整体质量，反映出学生对学术规范的掌握不够扎实。

三、毕业设计改进措施

针对以上问题，提出以下改进措施以提升毕业设计质量：

1. 深化校企协同与实战项目导入

应推动与企业共建毕业设计课题库，引入更多真实项目需求和行业导师参与过程指导。教师应强化学生对企业实战流程、ROI 评估和商业化思维的理解与训练，提高方案的可落地性。

2. 强化创新思维与差异化培养

在课程和毕业设计指导中增设创新方法论模块，鼓励学生结合品牌特质、新技术（如 AIGC、数据分析工具等）探索个性化解决方案。通过设立“创新案例库”和优秀方案评优机制，引导学生拓展创意思维。

3. 优化选题引导，拓宽覆盖范围

指导教师应引导学生关注各个领域，鼓励多方位选择较少涉及的选题类型。在选题阶段加强指导，介绍各类选题的实践价值和研究要点，确保选题的多样性和全面性。

4. 分层安排学习任务

课程和实践任务分基础、提升两档，基础档侧重巩固核心知识，提升档增加难度项目内容；学生可根据自身情况选择，教师动态调整，推动中等生向提升档进阶。

5. 优化毕业设计引导

提前用优秀案例展示较难毕业设计的价值，降低学生畏难心理；对选择高难度设计的学生，指导教师加强过程指导，且在评优、实习推荐中优先考虑。

6. 完善评价方式

打破“难度定等级”的模式，从“任务完成度、逻辑清晰度、是否有创新点”三个简单维度评价毕业设计，全面体现学生能力；评价结果及时反馈，帮助学生明确改进方向。

7. 提升时间管理能力

指导老师应通过开设时间管理课程、定期进度检查等方式，帮助学生建立良好的时间管理习惯。引导学生合理安排时间，制定详细的项目计划，并定期进行进度检查和督促，确保项目能够按时完成。

8. 深化产教融合，提升实践能力

加强与各类企业的合作，建立校外实践基地，安排学生参与企业真实工作。在毕业设计中引入企业实际案例，让学生在处理真实问题的过程中，提升将理论知识转化为实践能力的水平，增强其实

用性。

9. 加强过程化管理与阶段性评估

实施更精细的毕业设计过程管控，明确各阶段输出物与里程碑。利用数字化工具（如项目管理平台）跟踪进度，加强中期评审和反馈频次，培养学生规范执行、持续优化的习惯。

10. 系统提升成果表达与输出规范

指导老师可开设专项工作坊，针对行业常用的方案撰写、PPT设计、答辩陈述等进行集中培训和模拟演练。推荐学生使用专业模板与工具，突出数据支撑和逻辑呈现，提升整体输出的专业度。

11. 系统提升答辩能力

可在答辩前组织 3 次以上模拟答辩，邀请往届优秀学生分享经验，指导教师针对学生陈述逻辑和问题应答技巧进行专项辅导，帮助学生建立自信。

12. 加强毕业设计写作指导

指导老师可开设毕业设计工作坊，邀请专家进行毕业设计撰写规范、文献综述、研究方法等方面的指导，提高学生的毕业设计写作水平。

毕业设计是学生学习阶段的重要组成部分，通过毕业设计的实施和成果展示，学生不仅能巩固专业知识，还能提升综合应用能力和创新能力。本次毕业设计选题类型多样，内容丰富，可供学生选择性较多，为学生提供了一个展示学习成果的平台。从过程总结、成绩分析、存在问题级改进措施几个方面的分析，可以看出学生在毕业设计工作中的具体表现较好。在今后的毕业设计工作中，我院将进一步优化选题结构，鼓励教师结合科研项目和企业实际需求提

出更多高质量的选题，同时加强对学生自主选题的指导和审核，提高选题的质量和可行性。此外，还将根据不同选题类型的特点，制定相应的指导方案，完善毕业设计的管理流程，相信未来能够进一步提升毕业设计的质量与水平，为学生的全面发展奠定坚实基础。

