

平面设计专业行业企业调研培训会材料

吴喜勋

一、制定调研方案

(一) 调研目的：本次调研是为我校中等职业教育平面设计专业的专业建设及课程开发提供第一手数据，从而制定我校人才培养方案。调研的目的是了解：

- 1、中职平面设计专业毕业生就业岗位及分布；
- 2、中职平面设计专业毕业生就业岗位升迁经历年限；
- 3、中职平面设计专业就业岗位的主要工作任务；
- 4、企业对中职平面设计专业毕业生的专业技能、社会能力和职业素养的具体要求。

(二) 调研对象

- 1、企业的人力资源部部长；
- 2、企业的部门经理、一线的平面设计技术骨干、技术总监座谈；
- 3、企业（单位）的领导；
- 4、顶岗实习的学生和平面设计行业专家。

(三) 调研内容

1、根据社会需求和毕业生任职岗位，对本专业的人才培养进行定位。

2、依据人才定位，进行职业能力调研，确定本专业应培养学生的能力和素质。

3、调查企业的实际工作领域，以确定本专业的课程体系。

4、根据企业实际工作任务，岗位技能要求，确定学生的学习内容以及技能标准。

（四）调研方式

采用集中调研和分组调研相结合。进入企业进行参观，同时，对平面设计公司从业人员进行问卷调查，深入了解该行业的职业需求和人才需求。

（五）调研团队成员

组 长：吴喜勋

副组长：李桂荣

组 员：勾顺、张丽萍、张秀梅、樊丽凤、王晓华

（六）调研企业及时间安排：

1、滦州大禹科贸有限公司：2019.11.10—11.11

2、滦州金迪广告公司：2019.12.2—12.3

3、圆梦婚纱摄影：2020.1.5—1.10

4、浓浓婚纱摄影：2020.1.19—1.22

5、滦州欧派橱柜：2020.6.5—6.10

6、晨晨装饰装潢有限公司：2020.7.4—7.8

二、调查问卷的设计

1. 问题内容要具体，而不要过于抽象和笼统；
2. 提问要单一，不要将两个或两个以上的问题合在一起；
3. 用词要准确，避免以产生歧义的概念；
4. 用通俗的语句，尽量不用陌生、专业的术语；
5. 问题尽量简短；
6. 提问态度要客观，避免诱导性的用词；
7. 选项要对称，不偏不倚；
8. 问题设计逻辑清晰。

三、调研中注意的几个问题

1、要深入企业第一线，确实掌握一线的真实信息以及行业、企业的发展方向，新技术等信息，为下一步的课程改革提供准确的依据；

2、在企业调研过程中一定要守制度、懂礼貌、重安全、严守商业机密，同时确保资料的真实性；

3、保证调查研究方法的科学性。

四、如何写好调研报告

（一）调研报告报告的特点

1. 真实性。真实性是调查报告首要的、最大的特点。所谓真实性，就是尊重客观事实，靠事实说话。这一特点要求调研人员必须树立严谨的科学态度，认真求实的精神，彻底抛弃“假大空”的虚伪作风，不仅报喜，还要报忧，不仅要充分肯定工作成绩，还要准确反映工作中存在的问题。只有严谨的科学态度，才能写出真实可靠，对工作具有指导意义的调查报告。

2. 针对性。这是调查报告所具有的第二个显著特点，这是由具有很强的工作针对性所决定的。一般来说一项调查研究工作，特别是大型调查研究，要花费较大的时间、人力和物力，不是随意组织进行的，而是针对一些较为迫切的实际情况，解决某些实际问题而进行的。因此调查研究就具有很强的针对性，在调查报告的写作上，必须中心突出，明确提出所针对的问题，明确交待这一问题所获得的事实材料，分析出问题的症结所在，提出具体可行的建议和对策。

3. 典型性。典型性是指在调查报告的写作过程中所采用的

事实材料要具有代表性，以及所揭示的问题带有普遍性。这种典型特点在总结经验和反映典型事件的典型调查中表现的尤为突出。

4. 系统性。调查报告的系统性或完整性是指由调查材料所得出的结论，必须是具有说服力，把被调查的情况完整地、系统地交待清楚。不能只摆出结论，而疏漏交待事实过程和必须的环节。因为这样的疏忽势必造成不严密、根据不足以及不足以令人信服的印象。这里所说的系统性和完整性，并不是要求在调查报告的写作过程中，事无巨细，面面俱到，而是抓住事物的本质和主要方面，写出结论的推理过程。

总的来说，调查报告就是论证系统，逻辑严密，摆事实，讲道理，具有强烈的说服力，从而使之成为科学决策的可靠资料。

（二）调查报告的结构

调查报告的内容大体有：标题、导语、概况介绍、资料统计、理性分析、总结和结论或对策、建议，以及所附的材料等。由此形成的调查报告结构，就包括标题、导语、正文、结尾和落款。

1. 标题

调查报告的标题有单标题和双标题两类。所谓单标题，就是一个标题。其中又有公文式标题和文章式标题两种。公文标题为“事由+文种”构成，如《河北省计算机平面设计行业企业调研报告》。文章式标题，如《××市的校办企业》；其二是标明作者通过调查所得到的观点的标题，如《调整教育政策，

增加教育投入》。

2. 导语

导语又称引言。它是调查报告的前言，简洁明了地介绍有关调查的情况，或提出全文的引子，为正文写作做好铺垫。常见的导语有：①简介式导语。对调查的课题、对象、时间、地点、方式、经过等作简明的介绍；②概括式导语。对调查报告的内容（包括课题、对象、调查内容、调查结果和分析的结论等）作概括的说明；③交代式导语。即对课题产生的由来作简明的介绍和说明。

3. 正文

正文是调查报告的主体。它对调查得来的事实和有关材料进行叙述，对所做出的分析、综合进行议论，对调查研究的结果和结论进行说明。正文的结构有不同的框架。①根据逻辑关系安排材料的框架有：纵式结构、横式结构、纵横式结构。这三种结构，以纵横式结构常为人们采用。②按照内容表达的层次组成的框架有：“情况—成果—问题—建议”式结构，多用于反映基本情况的调查报告；“成果—具体做法—经验”式结构，多用于介绍经验的调查报告；“问题—原因—意见或建议”式结构，多用于揭露问题的调查报告；“事件过程—事件性质结论—处理意见”式结构，多用于揭示案件是非的调查报告。

4. 结尾

结尾的内容大多是调查者对问题的看法和建议，这是分析问题和解决问题的必然结果。调查报告的结尾方式主要有补充式、深化式、建议式、激发式等。

5. 落款

调研报告的落款要写明调查者单位名称和个人姓名,以及完稿时间。如果标题下面已注明调查者,则落款时可省略。



行业企业调研培训会 1



行业企业调研培训会 2