



研究方法

以市场营销专业群建设为研究对象，课题组在进行教育教学理论学习与分析的基础上，开展“金专”“金课”“金师”“金地”“金教材”的“五金”新基建建设实践研究，从政校企行研多角度展开分析与研究，通过课程思政引领，不断完善职业教育专业课程体系与人才培养方案，全面夯实“五金”基础，助推职业教育高质量发展，为学生的全面发展提供更加坚实的基础。

3.1 观察法

按照课题研究目的和计划，亲自到学校、企业等进行系统的、连续的观察，记录教师的授课方式、学生的学习与实践情况等信息，了解市场营销专业群建设与教学模式的情况和存在的问题，并作出准确、具体、详尽的记录，全面掌握专业、课程、教师、实践基地、教材等因素的前后对比材料，以便更客观真实地展现相关结论。

3.2 调查法

包括问卷调查、综合调查、访谈等。通过抽样选取一定比例的教师、企业代表和学生实施问卷调研，了解他们对于“五金”建设的态度、意见和建议，为制定建设方案提供依据，并进一步完善课题研究内容与规划。

3.3 文献研究法

通过查阅相关的教育文献、研究报告和教材，了解和分析过去的“五金”新基建建设成果，总结经验教训，为后续研究提供理论支持。

3.4 案例研究法

选择具有代表性的企业、学校、教师作为研究对象，深入研究其教育教学的具体做法和效果，提供可借鉴的经验和启示。