安徽三联学院第十届“挑战杯”

大学生课外学术科技作品竞赛红色专项活动

调 研 报 告

项目名称：

项目类型： □个人项目 □ 集体项目

所在学院：

专业班级：

负责人姓名：

联系电话：

指导教师：

**说 明**

 一、实践报告完整材料包括项目组成员与分工、调研报告几部分。

 二、调研报告具体要求

1.调研报告字数应在5000字至10000字之间。

2.具体内容（参考）

（1）摘要

（2）基本情况：包括时间、主题、地点、目的、意义、调研概况等。该部分可以前言或引言形式体现。

（3）具体内容：调研流程、内容介绍、专业知识与专业技能在调研过程中的应用等。
 （4）调研结果：对调研中发现问题的分析和思考，提出解决问题的对策、建议等。分析讨论及对策建议要有依据，参考文献可在正文后附录。
 （5）调研总结或体会：对调研的效果进行评价，着重介绍收获体会。

3.字体与字号要求：

（1）调研报告标题：黑体、二号；署名：楷体三号。

（2）正文：小四号宋体，单倍行距。

（3）标题：

一级标题序号，如：一、二、三、；标题四号黑体，加粗，顶格；

二级标题序号，如：（一）（二）（三）；标题小四号宋体，不加粗，顶格；

三级标题序号，如：1.2.3.；标题小四号宋体，不加粗，缩进2字符；

四级标题序号，如：（1）（2）（3）；标题小四号宋体，不加粗，缩进2字符。

（4）序号：论文中的图、表、公式、算式等，一律用阿拉伯数字分别依序连编编排序号；序号分章依序编码，其标注形式应便于互相区别，可分别为：图2.1、表3.2、公式（3.5）等。

（5）数字及英文字母：字体采用Times New Roman；文中的阿拉伯数字一律用半角标示。

以上为基本要求，如有特殊需求各团队可适当调整。

# 一、项目基本情况

|  |  |
| --- | --- |
| **项目名称** |  |
| **调研地点** |  |
| **调研起止时间** |  | **团队人数** |  |
| **指导****老师** | **姓名** | **所在单位** | **职称** | **联系电话** |
|  |  |  |  |
| **项目****负责人** | **姓名** | **所在学院** | **班级** | **学号** |
|  |  |  |  |
| **项目团队成员** |
| **序号** | **姓名** | **学院** | **学号** | **专业班级** | **团队分工** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

备注：

1.项目负责人需将相关信息如实填写在团队成员列表中；请根据成员在团队活动中承担任务与贡献进行先后顺序排名。

# 调研报告

# 安徽三联学院“挑战杯”红色专项活动评价表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **评价****项目** | **具体要求（A级标准）** | **最高分** | **评　　分** |
| **A** | **B** | **C** | **D** | **E** |
| 调研报告考核 | 选题新颖，紧密结合活动主题，对二十大精神具有独到阐述，具有一定的理论意义和现实意义，难度切实可行。 | 20 | 19-20 | 17-18 | 15-16 | 13-14 | ≤12 |
|  |  |  |  |  |
| 调研方法合理创新，问卷设计科学有效，实践过程真实可靠。 | 20 | 19-20 | 17-18 | 15-16 | 13-14 | ≤12 |
|  |  |  |  |  |
| 文章结构合理，理论逻辑性强，事实叙述清楚，观点论述明确，论据充实，能运用思想政治理论课知识分析、解决问题，符合真实性、思想性、简洁性的特征要求。 | 40 | 37-40 | 33-36 | 29-32 | 25-28 | ≤24 |
|  |  |  |  |  |
| 收集处理的资料完整、丰富，引用的数据准确、完整，图表清楚、正确。 | 10 | 10 | 9 | 8 | 7 | ≤6 |
|  |  |  |  |  |
| 严格遵守调研报告撰写规范的具体规定，注释清晰明确，报告格式规范，符合要求。 | 10 | 10 | 9 | 8 | 7 | ≤6 |
|  |  |  |  |  |
| 有视频、图片、媒体报道等丰富的展示调研活动的相关资料，具有良好的社会影响或社会效应。 |  |  |  |  |  |  |
| 总 分 |  |