

2.1

Q 在你论文中的产品开发为什么要用到波立维模型

A 公司中存在竞争关系相同企业中的中小企业门槛较低客户议价能力强在采购、资金方面比较弱势相对没有议价能力

Q 为什么没有议价能力

A 在行业中是一部分不具系统性

Q 品牌创新与产品研发有什么关联

A 新产品开发期短投入小可为已有品牌公司提供新信息

Q 没有能力做品牌如何谈策略?

A 这里品牌指公司信誉不为产品品牌主要是产品构型与消费者关系不大

Q 在服装行业此案例是否具有代表性?

A 针对主流外贸服装行业

Q 该公司是面向加工还是原创产品

A 一部分可以开发新产品供品牌选择

Q 你说的服装公司属于低层次开发,有什么制约其发展的因素?

A 服装一线品牌举办大型秀场,差距主要在于设计水平,国内展会的开展不足

Q 导师提到的问题还是没有解决。你用到的模型是否不适合创新?究竟解决了什么问题?

修改意见:文献回顾不充分,不具指向性,存在理论错误,抓住要点,理论结合实践。

结论:通过硕士学位论文答辩,但需部分修改论文并通过指导教师认定

2.2

Q 什么是市场份额理论,是谁提出的?

论文更像政府工作报告,比较粗制滥造,目录缺漏,标号混乱

谈到中小企业融资,这是外资具有的特性吗

该银行发展方向与目标业务活动的走向

A 理论银行主要还是看政府政策支持

面对不便贷款经济能力差的企业

修改意见:细分市场标准,不能站在中小企业角度看,站在银行角度,发现问题后要提出帮助改善的意见,搞清楚用力点

结论:通过硕士学位论文答辩,但需部分修改论文并通过指导教师认定

2.3

Q 感觉照搬营销学教科书,先分析 4P 再分析 STP 理论本末倒置

营销问题最大的困境是什么,从哪个核心问题下手

产品定位不清晰应聚焦一点

每个方面都泛泛而谈,互联网冲击下利好形势,应归纳到哪个理论

针对行业竞争态势,行业分析来说,案例没有自身特点

研究、理论、现实意义是什么

A 逻辑清晰,现提出问题,分析产生原因,市场定位,确定营销策略

归纳到营销渠道理论

修改建议:理论方面应创新,不能一味套用陈旧理论,明白研究论题的重要性,不能直接盖

帽子下定义，应聚焦一个问题，战略与战术要分清，想清楚目前市场策略、市场定位，定位有何差异，思路要理清楚。

结论：通过硕士学位论文答辩，但需部分修改论文并通过指导教师认定

2.4

Q 英文语法错误

如何进行精准的消费细分如何操作

这个内容如何盈利

营利模式是否等于商业模式

有什么手段提高投放率

A 从宏观价值分析，以内容作为中心策略，以价值链构建为主

与提供者加强沟通，降低成本

自制剧成本清晰，成本可控

战略联盟，与其他公司合并

修改意见：应说明模式关系，目录没有提及营利模式问题，没有解决根本性问题，是不是以技术优势为主，营利模式体现在什么方面，构建核心支柱，提高整合能力，内容没有对应题目，概念混乱，要进行数据分析。

结论：通过硕士学位论文答辩，但需部分修改论文并通过指导教师认定

2.5

Q 案例存在什么问题？

品牌延伸基本理论，母品牌和子品牌的关联是什么

品牌延伸价值所在？

延伸至相关行业，对产生协同效应如何评价

分析工具的目的是？

A 主要是同行间竞争影响

外部分析主要是机会和威胁

内部分析主要是自身优劣势

主要延伸是相关配套产品

修改意见：没有问题导向，思路不清，逻辑不够清晰，目录没有体现问题，内容和问题不匹配，要基于实际情况，进行分析，延伸过于简单。

结论：通过硕士学位论文答辩，但需部分修改论文并通过指导教师认定

2.6

Q 公司现时核心竞争力出现什么问题

是否有核心竞争力

目前的战略是什么

如何营利

一直被模仿要如何再造竞争力

A 案例主要是工业产品，有一定行业标准，产品同质性高

既要满足市场需求又不能降低标准

根据市场需求制定策略，差异化战略

修改意见：不要照搬教科书，集中于战略研究，文献与核心竞争力无太大关联，案例问题要具体描述，逻辑不清，不要淡化主题，对工具模型要有所选择。

结论：通过硕士学位论文答辩，但需部分修改论文并通过指导教师认定

2.7

Q 农工商银行如何发展

清楚案例的核心竞争力是什么

互联网冲击下的发展方向

接地气的渠道优势，将局部优势扩大化

A 主要是客户流失

提高获客能力

受地域限制，不能开通分行

政策与其他国有银行不对等

修改意见：题目范围太广，可聚焦地域性，数据分析缺失，对策要围绕问题展开，论文前面宏观后面具体，应补充文献，论文框架与要求不符合，有创新之处，但要解决的问题没有明确提出。

结论：通过硕士学位论文答辩，但需部分修改论文并通过指导教师认定