**商学院MBA中心夏季毕业答辩第五组答辩记录**

**107课室**

**答辩教师：①冯冈平 ②罗纪宁 ③杜玉平**

**5-1**

**答辩人：韦雪清**

罗纪宁老师：

那我先问你3个问题：

1.你的论文的核心主题是品牌的营销渠道策略，但是好像在你的case analysis和suggestion里面没有聚焦这个自主品牌的渠道策略。就是感觉你扯了很多跟策略渠道无关的，那你是怎么解释？因为你看你的目录，第五章的第二点这两个跟你的marketing的渠道策略也没有什么关系。在你的case analysis你扯了很多的micro analysis，但是没有直接跟你的渠道管理的问题有高度的关联。

2.什么叫品牌战略？品牌战略和营销策略到底有什么区别？因为你在你的第五章第二节谈了很多品牌战略，所以我就想问你到底品牌战略和营销策略的区别有没有体现出来？

3.我看完你的论文，好像没有很清晰你的这个皮具公司目前在营销渠道上的难题是啥？好像你界定不清楚。所以你要解释一下。

那我在这里插一句啊，实际上你的这个论文要研究的是一些普遍外贸导向的问题，这里面很明显的看到，在销量没有打开之前谈品牌是很不现实的。因为你的供货量不够，那如果你的供货量要够的话，要充分利用供销商这个网络，这个网络里面经常出先渠道冲突。实际上你扯了很多，其实我觉得你这些都可以忽略掉。你回去应该好好改一下题目。

**结论：通过，小修改。**

**5-2**

**答辩人：李妮莎**

杜玉平老师：

1. 你这个论文在理论文献和理论框架上很好，但是你的这个理论在后面的案例分析上我感觉有些不清楚。你在案例描述的时候你把问题找出来你在后面的案例分析的时候呢，你又分析他的发展目标，又分析他的发展策略。你应该分析的是哪些原因导致的第一个问题，哪些原因导致的第二个问题，哪些原因导致的第三个问题，这样结构比较紧凑一些。其实你的这三个问题是否能用上面提到的理论来帮助你解决问题，一个结构理论，一个变革理论来帮助解决呢？但是你案例分析没有分析问题背后深层次的原因，所以你后面第四个问题又分析了因素原因，就是看上去很好，实际上并没有什么实际上的东西。就感觉你提的这三个问题很好，现在期待的就是对这三个问题的回答。然后呢再根据问题，找出根源。

罗纪宁老师：

因为一篇论文他肯定要一个前后贯穿的逻辑，成为这个，你的这个第三章和第四章不存在内在的关联，啊，有点飘了。那么，还有一个问题，组织结构的调整它实际上涉及到很多组织文化的调整，对吧？因为你是提到公司的部门的调整，他肯定有组织文化的调整。所以你在后面需要补充一下。就说你必须给出措施，组织文化方面怎样去适应这个调整，否则你最后落地不了。

冯冈平老师：

文章的最后一章是你的最终贡献，是你用所学理论解决实际问题。但是我觉得你在组织结构上面马虎了一点。这个肯定要匹配，所以最后有点乱。这些不是空话，必须要有具体的措施。优点不是你自己说的，一定是通过比较得出来的。而且你的这个论文没有三级标题。好吧，其他的我就不说了。

**结论：通过，小修改。**

**5-3**

**答辩人：李思彦**

罗纪宁老师：

1.你的论文应该是头重脚轻。第三章案例描述，第四章案例分析，完了就没有解决方案，你只有一页不到的解决方案。起码这个从论文的基本结构来说。这还用说嘛，你写论文就是提出问题，解决问题，你问题都没有解决你怎么可能成为一篇完整的论文 呢？分析是分析，为什么会形成你上面在论文的结构?

2.你怎么理解这个品牌营销和产品营销的区别？在我看你的的第四章所罗列的这些客户需求分析，跟品牌没啥关系。我们说谈到品牌营销，他应该是有他独立的体系和解决问题的内容范畴。比如说我们所讲的品牌营销在你的第四章完全没有出现，那我不知道你为什么题目上会出现品牌营销。那么这样就出现了你的题目是否与你的内容相匹配的问题。

3.还有一个就是基本概念的问题，你怎么限定品牌知名度和品牌的基本概念是什么？这两个概念在你的第三章没有很明确的描述，但是又是你这个文章要回答的基本问题。没有具体的分析，你文章后面就没有办法展开。

杜玉平老师：

其实我也要讲这个问题，但是罗老师已经讲了，你看我就写的缺一章。但是你把它放到分析上去了，你完全是写作上出了误解。还有你看看你的目录，里面有错别字。定位不清，设计模糊。

**结论：通过，重大修改。**

**5-4**

**答辩人：李志敏**

罗纪宁老师：

首先我先说吧，你的整个论文就感觉是把教材上的战略管理和营销管理这两门课做了一个大拼盘。实际上，无论从题目到内容到体系，我感觉就是一个大堆砌，为什么我这么说呢？第一个，你的题目是清晰的，你的内容是A公司在南非市场开拓问题.你的目录上又扯了好大一堆理论，但是你的论文始终没有交代A公司在南非市场开拓上究竟出现了什么问题？所以呢，后面涉及到的罗列的一大堆都没有个重心。我们讲市场开拓战略，都是有清晰的理论对应。所以你现在的这个论文就是反正就把这两门课的理论一起堆。要干啥？这是我对你的论文的整体感觉。还有就是你的这个论文题目不太恰当，应该是A公司在南非通用耗材什么什么策略研究，你这个好像没有什么清楚的定位。

冯冈平老师：

你的这个论文第四章，第五章你扯到了一堆的市场划分，产品划分，那又回到了原来的问题，明显的属于你这个公司的营销策略问题。你能把市场划分这个问题讲清楚就已经很不容易。你到底为什么要用这个标准？你要是能把这些问题讲清楚了，切切实实的解决一些问题。我感觉你这个论文就是一个大拼盘。所以后面的解决啊，方案啊，你是很有可能解决不了问题的。面临的挑战和存在的问题，存在问题的原因是什么？这些要写清楚。

**结论：通过，大修改。**

**5-5**

**答辩人：Jacob Hill**

杜玉平老师：

**I suggest that when you talk about problems, you should give us a very clear title. For example, like problem 1,problem 2,problem 3.That’s the key. Later on ,when you study the promotion, your title is promotion. And you should give some suggestions about the promotion. You have five questions, so you should try to answer them and select which one is the focus of your paper. For your comments, you should at least have 3 comments for each question. For competitors, you did very well. Just name the school. For the literature ,the color ,the printing ,too bad. You need find some other theories to enrich your paper. And you need to state much more clearly on the promotion strategies. Because that’s what your thesis is all about. Please try to highlight why and what’s wrong. The case analysis is too long. You put so much theories here without graphs and tables. It is not logical. For the figures, you need to illustrate where they are from. And you need more subtitles to support your paper.**

**冯冈平老师:**

**Who are your research objetives? Pay more attention to the public relations.**

**结论：通过，大修改。**

**5-6**

**答辩人：谢晓燕**

罗纪宁老师：

如果是这样的话呢，你后面的case analysis就要用足够的理论去支撑，支撑你这两点的结论，这个对策也得围绕这两点进行。但是你的这个竞争没有围绕，我问的是你的公司现在面临的问题是什么？比如说，你的市场竞争份额下降，这已经是市场的问题了。比如说现在，利润率在下降，市场份额在下降，或者说，你在新的子行业里面没有你的位置，而这些子行业现在都增长的很快。我这个问题实际上在问你第三章面临的挑战，因为你的第三章是后面第四章和第五章的起点。如果你这个问题没有界定清楚的话，你后面的逻辑就会很混乱。就是，比如说，他的销量和他的增长速度放缓。或者说，他的销售和他的利润在整个行业不匹配，那么这些。或者说，他在原来行业的第三位跌到了第四位或者第十位，那么这些都是他的竞争。但是是不是真的抓住问题的核心，你再去斟酌一下.

**结论：通过，小修改。**

**5-7**

**答辩人：陈展华**

罗纪宁老师：

你在做品牌定位，是在什么始点？时间太久远，论文的问题导向性不明确，职场差异化、建议都有效果。用一句话就概括了，这个公司的核心问题在哪儿？那好，如果是这样的话，你的这个整篇论文都是在讨论公司的营销问题。就是只注重销售，而不是营销。你这篇文章就要讨论，因为他没有营销观念，所以给公司带来一系列问题。而没必要扯其他的。因为你整个论文就是把整个教科书扒了一遍。你在你的这个案例分析我也不知道会为什么出现这个案例。等于说你现在这个论文都不知道要解决什么问题，只是按照教科书列了一遍。是吧，如果说他么有营销理念，他会有什么表现？导致了什么问题？你要用什么方法去解决？这就是一个论文的研究问题。

杜玉平老师：

这是我们要考虑的问题。第一个，多品牌策略，跟母品牌不同的名称、商标；第二个，公关，第一时间快速反应，给出答复，安抚客户，完善售后服务，给出赔偿。机制、体制、流程搞清楚。搞清楚资金、管理的评估效果，是否适合延伸，发挥作用，防微杜渐。要及时发现问题，调整纠正。持续进行各方面的研究。

**结论：通过，重大修改。**

**5-8**

**答辩人：刘晓珊**

冯冈平老师：

我以为你是做营销研究，结果根本就不是。你这个是时政研究。你这个是对人家实证研究的一个综述，而不是你自己做的一个时政研究。因为你这个论文问题还是蛮多的。你的这些中文论文有的不通。还有你的英文书写，有的是大写，有的又成了小写。还有你的这个理论使用也有问题，如果这个人是很出名的话，那你在使用这个理论之前要介绍这个理论。还有你的这个5.2的标题长的一行就写不下。

罗纪宁老师：

如果你要用7P,那你的这个标题起步就应该叫他的服务营销策略。像这个一看就是那种粗制滥造。还有一些这些东西就不明不白的放在这里。论文感觉就是拼凑在一起。你的第三章好像是没有给我明确的公司营销的问题。你要把这些问题列出来。你的这个4.1和4.2 之间没有内在的联系，感觉像是拼凑在一起的。你这个好像也都不是一气呵成的。那你这个东西至少要讲清楚，好不好。

杜玉平老师：

句子分句太多，这种叫做新闻报道式句子。英文还好，看得不是很清晰。但是你看中文，这些四字四字的，句子太短。太多口语的东西。你这些都不可以这样表达。还有一个就是有些名词用错了，这些是一定要改的。

**结论：通过，大修改。**

**5-9**

**答辩人：李艳兰**

罗纪宁老师：

1. 第一个你这12页提到品牌策略，那这个品牌策略包括内容？我们品牌策略有一些很专业的东西都在你这里没有出现，那这能叫品牌策略吗？什么叫品牌特性？什么叫品牌价值？拿这些东西都没有落地能叫品牌策略吗？这就是我的疑问。
2. 有一个概念问题，你看看你的例子的理论到底是因为什么而提出来的？你要用这个例子可以，但是你要用这个例子就是去解决你公司如果有四种产品，你到底要怎么去取舍？但是你现在的问题不是取舍的问题，而是怎么去优化产品结构？优化产品结构涉及到的就是一些其他东西。

杜玉平老师：

你这个引言太多问题了啊，你这个要是不修改的话会很难通过。还有你论文中别人说的话要用引号，还有一些东西要标明出处。

**结论：通过，重大修改。**

**5-10**

**答辩人：梁春晓**

罗纪宁老师：

1.你这样子可以讲一下营销策略和营销战略的区别吗？我们在上营销战略课的时候有过一些很专业的理论和工具。比如说一体化战略，多元化战略。而不是像你说的，所以呢，你的论文要是讲市场营销策略。所以你就要围绕很微观的一些东西去展开。比如说怎么去对产品进行市场定位分析。你不要搞混淆了。这是最基本的。这是第一个问题，因为它要是涉及到你的题目又涉及到你的内容，因为要是他文不对题的话，他会是你的一个很大的内伤。

2.在你的28页的3.3这应该是进入文章的重点了。你能讲一下公司遇到的战略问题吗？那么就说他的成本降低的空间比较小，或者说竞争对手开发的产品的多样性比较大，这些其实都是他的一些症状嘛。但是你现在提的这些东西好像不是营销策略的症状。所以说你提的这些东西跟你的标题是不一样的。是吧。那么后面的你讲的营销的建议，拿这些东西是不是属于战略层面的？如果是，那跟你的标题又是不一样的。因为战略他一般都是属于高层的。所以你不要混淆了好吧。我就提这么两个问题。

**结论：通过，大修改。**