

2023年结婚新郎致辞讲话简单大方幽默(汇总5篇)

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

论文开题报告篇一

目的：

视觉营销的根本目的在于争取目标顾客、扩大市场影响和突出品牌形象，因此，绝不能只满足于热热闹闹的促销宣传和心血来潮的煽情手段。同企业的所有经营活动一样，视觉营销也必须坚持既定的理念和一贯的策略，并且在设计上予以充分体现。

意义：

视觉营销并不是新的“武器”，而是一门被我们遗忘了的“武器”。作为一种直观的营销手段，它其实一直默默“呆”在每个终端的幕后台角，人们对它的作用了解甚少，如同一个被“雪藏”的歌手。近几年当我们重新审视和了解它的作用后，“视觉营销”就开始从幕后走到了前台。而其更大的意义是：商家们已经开始将作为一门独立的学科，发掘它的潜在威力，同时在终端中进行系统的运用。

课题的主要任务：研究可能遇到的问题以及解决的方法和措施

研究主要任务：

1. 论述服装视觉营销的含义和范畴。
2. 针对一个服装店而言，在色彩、造型、声音这些相关的影响视觉注意力方面进行分析
3. 服装视觉营销塑造消费者心中的形象。
4. 整合视觉营销，提升销售业绩。

可能遇到的问题：

1. 现有资料和信息不足；
2. 对现在服装卖场中的视觉营销的应用与服装本身认识不足。
3. 视觉营销的应用于卖场销售是否成功。

解决方法及措施：

积极到阅览室，图书馆等有价值的位置查阅；学习研究，向指导老师请教；从自己实习单位的情况为起点，然后再到各大中小型服装卖场中更好的了解服装视觉营销对服装服装卖场的的影响状态，从实际出发，慢慢学习服装视觉营销在卖场中的作用的认知和了解，逐渐完善课题。

众所周知，人们所感受的外部信息有83%是通过视觉传达到人们心智的。也就是说，视觉使人们接受外部信息的最重要和最主要的通道。现代营销知识告诉我们，视觉营销是作好营销必不可少的营销手段之一。

本文旨在从服装卖场角度来阐述服装视觉营销的作用和影响。

正文：

1 引言 服装视觉营销概论

1.1 服装视觉营销的概念

2 视觉营销在卖场中的具体应用

2.1 服装店铺的整体色彩应用技巧

2.2 服装卖场的陈列设计

2.3 服装视觉营销塑造消费者心中的形象

3 视觉营销的一些实例分析

3.1 zara店铺的空间设计与陈列形态

3.2 森马

3.3 jack jones

4 视觉营销迎来了春天

4.1 视觉陈列专家韩阳与《卖场陈列设计》

5 整合视觉营销，提升销售业绩

6 结束语

7 致谢

前期的文献资料收集、调研、实习及设计条件准备情况

搜集关于服装视觉营销和陈列设计等的相关文献资料。

参考文献：

[1] 马赛。工业设计及展示设计。中国纺织出版社，1998

[2]毛春义。服装展示。湖北美术出版社□xx

[3]杜异，傅祎。汉诺威世界博览会设计，岭南美术出版社□xx

[4]王春杰。世界展览新设计。湖北美术出版社□xx

[5]赖涛。服装设计基础。高等教育出版社□xx

[6]韩阳。卖场陈列设计。中国纺织出版社□xx

[7]许亮。展示设计。湖南美术出版社□xx

[8]陆华祥等。最新展馆展台设计。上海人民美术出版社□xx

毕业设计主要工作的进度安排

1-4周搜集，查阅与课题有关的资料，进行毕业实习。

5-6周毕业作品服装效果图的设计、毕业作品结构图

7-8周 毕业作品服装制作

9-10周 服装效果图、结构图及文字说明

15周 论文的目录、缩写稿、中英文摘要、致谢

16周 服装动态展示设计

17周 完成毕业设计的全部内容

毕业设计每周指导时间、地点安排及毕业设计纪律要求

每周指导时间：

每周一、周四下午在逸夫楼四楼，不早退；不迟到。

本科生毕业设计（论文）开题报告考核

一、导师对开题报告的评语：

指导教师 ** 年**月**日

成绩

二、开题报告答辩评语及成绩：

答辩小组负责人 **年**月**日

论文开题报告篇二

论文选题的研究意义国内外研究现状分析论文选题的意义国家形象是指国家的客观状态在公众舆论中的投影是社会公众对一个国家的印象、看法、评价的综合反映包括一国国内公众和国外公众对该国政治、经济、社会、文化与地理等方面状况的总体认识和一般评价也是公共信息传播和国家外交实践综合作用的结果。

国家形象是一个国家软实力的重要组成部分树立良好的国家形象已经成为全球化时代的重要生存之道。

同时随着信息化时代的不断发展世界各国已经强烈地意识到利用网络媒体进行国家形象传播已经成为一条方便、快捷、效率高的现实新途径。

我国关于国家形象的研究起步于上个世纪九十年代。

随着全球化形势的变化以及传媒对国家关系的影响不断加深我国日益意识到国家形象对于国家地位和国家发展的重要性。

1999年2月江x同志在全国对外宣传工作会议上明确提出了在对外宣传中要充分展示我国的五个形象。

这是我国国家的领导人首次将我国国家形象问题提到国家对外战略的重要位置。

在全球化浪潮席卷而来的今天国家形象前所未有地受到主权国家的重视。

国家形象的好坏不但影响一个国家在国际上的地位和外交在某种程度上甚至影响一个国家的经济、军事等诸多领域的政策。

能否正确认识国家形象并充分运用国家形象的功能发掘国家形象的价值是中国发展过程中面临的重大战略问题意义广泛而深远。

但是由于传统媒体硬件设施的高投入和单向传播等特点我国在国际信息流动中的国家形象基本上是由西方国家主导的全球信息传播体系来塑造的。

20世纪90年代以来“中国威胁论”、“中国崩溃论”等论调不时喧嚣尘上这种被其他国际行为主体塑造并认可的“他形象”与我国政府正努力在国际社会中树立的“热爱和平、对外开1放、负责任的大国形象”存在着很大的差距。

20世纪70年代以来信息技术的迅速发展和信息技术产品的大量涌现使信息传播进入网络传播时代揭开了信息全球化的新篇章。

在网络媒体构建的以信息为中心、跨国界、跨文化、跨语言的全新虚拟空间中传统的传播模式受到极大颠覆对外传播的形式也从国际传播模式走向了全球传播模式。

网络迅捷、超链接、跨国界等天然特点也让世界各国强烈地意识到在新的历史条件下利用网络进行对外宣传和信息传播已经成为一个十分难得的方便快捷、效率高的新途径。

大力发展对外网络传播已经成为当前世界各国的共识。

因此充分发挥网络媒体在国家形象传播中的优势并尽可能减少西方国家主导的“网络霸权”对于我国国家形象的负面影响是我国国家形象传播中面临的现实性很强的问题。

国内外研究现状分析国内研究现状对于国家形象的研究主要开始于两次世界大战时期。

战争的双方都诋毁对方而夸大自身的实力将宣传作为武力战斗最有力的补充。

一个国家的胜利往往与他们在战争中所使用的宣传策略有关。

于是一些学者专家就开始了关于国际形象、国际传播等方面的研究冷战时期便有了比较系统的研究。

随着中国的发展学术界对国家形象传播的研究形成了一股热潮。

目前国内学术界对国家形象的研究和探讨在某些方面取得了一些成果主要是在对国家形象的定义的界定、国家形象和对外传播方面的探讨等方面取得了一些成绩。

刘继南的《国际传播与国家形象》一书从国际关系的新视角运用大众传播学、社会学、国家关系学等当代理论对全球化时代的国际传播现状。

周宁的《中国形象西方的学说与传说》一书从中国历史文化方面解释了中国的形象在西方的话语演绎。

李希光认为政治传播在国家形象的建构中具有不可替代的重要作用他还分析了中国被西方媒体妖魔化的背景、动因和手段等并对这些方面进行深入的剖析。

张昆的《国际形象传播》一书则主要研究了国家形象的对外传播战略和实施的准则并且分析了对外传播效果方面的问题。

刘继南、何辉等著《中国形象中国国家形象的国际传播现状与对策》从国家传播的角度对中国国家形象进行了深入的剖析和研究段鹏的《国家形象建构中的传播策略》从对外传播和国家形象的界定入手探讨了我国对外传播和国家形象建构的现状归纳出现存的主要问题并总结其成因最后提出应对策略吴友富的《中国国家形象的塑造和传播》一书着重分析了我国国家形象塑造和传播的六个手段。

总体上关于国家形象的探索还处于学术研究的初始阶段。

有的学者认为目前国内对国际形象这一重大课题研究的力度还不够不应只停留在“就事论事”的对策性研究而应进行理论战略的归纳和升华上升到战略高度来认识和研究。

纵观国内国家形象传播的研究有关网络媒体结合国家形象传播的研究尚处于起步阶段。

虽然这个问题能散见于不同的关于国家形象或网络传播的研究论著中如中国传媒大学刘继南、何辉等研究者于20xx年11月启动了“中国国家形象国际传播现状及对策研究”课题。

在该项研究中研究者发现网络媒体在中国国家形象传播中具有非常重要的作用于是在后续研究中进行了扩展。

但都只是简单地涉及没有深入阐述。

作为一种尝试本文试图在分析国家形象网络传播规律的基础

上结合中国国家形象网络传播的现状提出在网络这个平台上传播和塑造我国国家形象的具体策略和方法。

国外研究现状从20世纪70年代初美国一些学者用不同的方法站在不同的角度对国家形象的形成、发展、变化及对中美等国关系的影响进行了深刻的研究与考察各种研究的成果也大量涌现出来。

其中有影响的是罗伯特·迈克里兰的《野蛮的中国人美国人对中国的态度1890-1905》杰里·伊色里尔的《进步主义与门户开放美国和中国1905-1921》韩特的《缔造特殊关系1914年以前的美国与中国》李纳德·库斯尼兹的《公共舆论与对外政策美国的对华政策1949-1979》沈大伟的《美丽的帝国主义者中国认知美国1972-1990》李金全的《中国的媒体媒体的中国》以及李洪山和洪朝晖的《形象、观念和中美关系的缔造》等等。

弗雷德里克·巴格洪恩在《苏联国家形象》一书中写到一国政府可以通过操纵舆论来控制其国民并且对另一个国家的形象进行改变。

譬如苏联如何根据国家需要通过新闻宣传改变美国在苏联人心中的形象。

这些著作对后来国家形象的研究奠定了基础。

二、研究方案

1研究目标、研究内容和拟解决的关键问题研究目标本文欲通过对个案研究指出在国家形象传播中的举措及其存在的问题进而提出网络媒体在我国国家形象传播中存在的问题对相关问题进行提炼总结探寻网络媒体在我国国家形象传播中的策略。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

论文开题报告篇三

在满足办公空间的基本功能要求上，反映出新时代的办公空间的特色和个性。

1. 相应的平面布置图；
2. 相应的顶面布置图；
3. 室内空间的立面及剖面图30张以上；
4. 各类相关的节点及详图若干张；
5. 反映设计思想的分析图及草图若干张；
6. 各类相关的设计参考图及意向图若干张；
7. 空间透视彩色效果图6张以上。
8. 详细的设计说明，约400字以上；

1. 设计准备阶段(20xx年1月下旬—20xx年2月中旬)设计调研,翻阅大量的参考资料选择自己感兴趣地主题,拟定方案。
2. 设计构思阶段(20xx年2月中旬—20xx年3月下旬)确定设计主题、绘制草图。从造型、材质等进行构思,提出尽可能多的方案。
3. 设计完善阶段(20xx年4月上旬—20xx年4月下旬)不断完善修改设计方案,完成个阶段的草图直至草图定稿。
4. 设计表达阶段(20xx年2月下旬—20xx年4月下旬)完成设计图纸的绘制和模型的制作。
5. 展示阶段(20xx年4月下旬—20xx年5月下旬)展示图板的排版工作,完成毕业设计展示工作。
6. 答辩阶段(20xx年6月上旬—20xx年6月中旬)完成及论文报告全部内容制作,毕业答辩。

[1]怀特黑德. 室内照明艺术[m].北京: 中国轻工业出版社[20xx.12].

[4]吴蒙友. 建筑室内灯光环境设计[m].北京: 中国建筑工业出版社[20xx.1].

[5]深圳市金版文化有限公司编. 灯光-精彩设计07[m].吉林: 吉林美术出版社[20xx.2].

[7] 《建筑构造》中国工业出版社。

[8] 〈室内设计与装修〉杂志[(20xx-2006)]

[9] 《无障碍设计》大连理工出版社

论文开题报告篇四

1. 此报告应在指导教师指导下，由学生在毕业论文工作前期内完成，经指导教师签署意见审查后生效。

3. 开题报告中，首页中“论文题目”、“姓名”、“专业”“指导教师”采用小三号加粗字体填写，其余内容均采用五号宋体填写。

4. 有关年月日等日期的填写，应当按照国标gb/t7408—94《数据元和交换格式、信息交换、日期和时间表示法》规定的要求，一律用阿拉伯数字书写。如“xxx年9月26日”。

1. 本课题的`研究意义

2. 本课题的创新点及解决方法

3. 主要研究内容

指导教师意见：（对本课题的深度、广度及工作量的意见）

指导教师：

年月日

论文开题报告篇五

“三网融合”彻底打破了电视的垄断局面，电视业务及其发展模式将面临较大的冲击。多年的积累使电视产业拥有了丰富的内容资源、相对低廉的服务资源、一大批专业的制作团队，以及相关牌照的发放权。在融合发展的环境下，电视媒体要想有所作为，就要抓住机遇，迎接挑战，扬长避短，积极制定一系列应对政策，提升自己的核心竞争力。综上所述，研究电视产业面临的生存现状，探究其寻求发展的路径，有

着重要的现实意义。

由于“三网融合”对我国电视产业有重大影响，所以相关的研究比较多，综合起来主要是对“三网融合”背景下我国电视产业所面临的机遇与挑战以及应对策略进行了论述。

第一、对“三网融合”背景下电视产业所面临挑战的研究。

在“三网融合”环境下，掌握业务优势和渠道优势的电信运营商逐步向综合信息服务提供商转型，向媒体行业渗透，这必将打破现有的媒体竞争格局，将给电视媒体带来巨大的挑战，因此把此项内容作为研究对象的人也比较多。

舒芳的《机遇与挑战——论三网融合对电视发展的影响》一文中指出：由于电信的业务能力大大增强，电视用户资源将受到较大冲击，同时电视业的广告市场会受到很大挑战，传统传输渠道的价值和地位降低，传统电视业务必将受到影响。

张海军在《谈三网融合给电视带来的影响》一文中说：各部门之间的竞争不仅有体制上的竞争，还有巨大的商业利益上的竞争，原本在传统媒体格局中处于较为有利地位的电视媒体不得不思考如何在激烈的新媒体竞争中站稳脚跟，赢得新的增长点。

崔杰在《解读三网融合下电视业运行体制》中指出：“三网融合”直接威胁广电企业的核心电视业务，使其在三网融合的竞争处于不利地位。其次，电视传媒缺少相应的市场化运作经验，绝大多数企业仍处于转型过程中。此外，电视网络的整合程度较低，这增添了电视在三网融合后市场化运营体制改革的障碍。

第二、对“三网融合”背景下电视产业所面临机遇及对策研究

“三网融合”具有重要的战略意义，电视业需抓住机遇，迎接挑战，扬长避短，积极制定一系列应对政策，来提升自己的核心竞争力，且以此作为研究对象的人也很多。

梁小兵在《三网融合系列举措推出将引发电视系统变动》中认为，电视业可借势完成全网整合，在巨大的存量用户的基础上，各地的电视运营商将有可能在统一的平台上运营数字电视增值业务，乃至开展基础电信业务。其次，电视行业投资力度加大，对产业链上下游带来机会。再次，电视将有机会在电信业务上大展手脚。值三网融合之际，电视系统企业除可以继续做互联网接入外，还有可能提供idc业务、网元出租业务以及voip业务，电视业有机会在电信业务上大展手脚。

黄升民在《三网融合下电视产业的发展》中说：我国电视产业发展的关键在于加快自身网络整合，并转变运营模式，高度重视媒体内容集成和运营，建立完善电视媒体内容集成、分发和运营平台，努力打造数字媒体内容基地，建立内容合作运营机制，逐步从网络管理向媒体内容业务管理过渡，向综合内容提供商的方向发展。

吴铮悦在《三网融合下电视产业的生存之道》中指出：目前电视的一项紧迫任务是大力发展新媒体，积极与新媒体融合发展，大力加强媒体性质的功能和业务建设，采取不同于传统媒体的发展思路和政策措施，促进新媒体又好又快的发展。

吴升高在《三网融合下电视传媒体制创新走势》中指出了电视产业今后的发展方向，即事业企业并轨，逐步实行企业体制；打破地域界限，建立全国性的网络体制；加快重组并购，形成多元化的产权结构；超越分业管理，确立全覆盖的监管体制和手段。

从以上研究材料可以看出，大力发展“三网融合”提高我国信息产业整体实力这一重大举措对电视业的影响，成了传媒、业界和各方面专家研究的热点。“三网融合”是大势所趋，

这是由多种原因所决定的，但是，电视业在以此为契机面对挑战的具体实践过程中的诸多困难很少有人提及，我将试图着力对此加以探究，为之前研究的不足做必要的补充。

该论题研究的内容主要是以下几个方面：

一、对“三网融合”背景下广电产业所面临挑战的研究

（一）广电产业运营模式的转变

（二）员工配置和技术能力的提高

（三）广电网络业务能力的提升

二、对“三网融合”背景下广电产业所面临机遇及对策研究

（一）机遇

1、拓展电视传播的新渠道。

2、增强电视传播的互动性。

3、扩大电视传播受众群体。

（二）对策

1、加快广电网络的改造

2、开办内容新颖的节目

3、充分发挥自身的优势

研究技术路线：首先，了解本论题的研究状况，形成文献综述和开题报告。

其次，进一步搜集阅读资料并研读文本，做好相关的记录，形成论题提纲。

第三，深入研究，写成初稿。最后，反复修改，完成定稿。

研究方法：运用文献分析法、文本细读法、比较法、综合分析法等进行研究。要解决的关键问题：（把自己的关键问题用两句话写下即可）

20xx年3月8日——4月15日确定选题、收集相关资料

20xx年4月16日——4月30日撰写开题报告与开题

20xx年5月1日——6月30日收集资料，开展研究，形成写作提纲

20xx年7月1日——9月30日深入研究，形成论文初稿

20xx年10月1日——10月30日论文修改、定稿、打印、答辩