

最新专硕研究生开题报告(大全6篇)

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

专硕研究生开题报告篇一

投资是指个人或组织为了在未来获取收益而进行的资金投入及相应的资本形成过程。投资决策则是指公司在给定资本约束情况下对可能的投资项目进行有效选择，以使其投资收益最大。作为公司成长的主要因素和未来现金流量增长的重要基础，它将直接影响公司的融资决策，由此影响公司的经营风险、盈利水平以及资本市场对其经营业绩和发展前景的评价。因此，与筹资和股利分配相比较，投资决策是公司三大财务决策中最重要的决策。

近年来，我国经济保持快速增长，投资起到了重要的拉动作用，这也与企业投资决策的合理性密不可分。就企业自身而言，如果做出投资于超出或偏离自身的能力和成长机会，且净现值为负的非盈利项目的“过度投资”的决策，不仅会损害企业的价值，使大量资本沉淀在生产能力过剩而盈利能力恶化的领域，也会使我国的经济“过热”，从而引发能源和原材料的紧缺、产能过剩、经济结构扭曲、重复建设等一系列问题。而做出“投资不足”的决策，也将制约企业的发展，影响企业价值的实现。总体看来，投资过度及投资不足均属于投资决策中的不经济行为，轻则削弱企业成长能力，重者可能把企业拖入财务危机的泥潭。因此，在我国市场经济尚处于不成熟的阶段，自由现金流、公司股权结构不合理，公司治理结构不完善等相关因素都会影响企业投资决策，并成

为制约我国上市公司质量提升和长期持续发展的主要因素。

就电力行业而言，电力工业是社会公共事业也是我国的基础性产业，具有自然垄断性。其发展速度受市场需求的制约，发展规模受经济发展水平的制约，电价受社会承受能力的制约。其项目投资具有占用资金巨大、影响期间长远的特点，所以投资决策恰当与否将对电力行业上市公司产生深远影响。由于电力行业的特殊性，使该行业上市公司的发展既具有机遇又面临挑战，因此，合理的投资决策有利于电力行业上市公司充分利用现有资源开发新项目，来提高其盈利水平、增强企业活力及实力，实施集团化发展战略。但投资决策的合理性又与公司的自由现金流和公司治理结构等因素密不可分，管理者可能会受经理层较好控制的自由现金流、股权集中度及股权性质等因素的影响，或者是以寻求在企业内最大范围的控制力私人收益最大化为目标，营造王国与势力投资等管理机会主义氛围，难免会引发因投资决策不当而导致的投资效率和经营绩效不断下降的现象。信息不对称性的存在，公司治理结构中的诸多因素不仅会影响公司治理成本也会影响公司的绩效及公司价值的实现。因此，电力行业上市公司投资行为的动机、影响因素及应对策略值得我们思考和研究。

本文的研究意义：首先对电力行业上市公司投资决策进行实证分析和研究具有理论价值，为电力行业上市公司今后的发展，提供一定的理论基础。其次，对电力行业上市公司进行实证分析及研究具有实践意义。能够有效地找到电力行业上市公司在对外投资决策中存在的问题，促进电力行业上市公司发展，为我国其他上市公司提供借鉴，从而提高投资效率，促进经济的持续和谐发展。再次，我国电力行业的上市公司大都由国有电力企业股份制改造而来，其典型特征是公司治理结构不完善，一些不利的相关因素都直接影响着电力行业上市公司投资决策的合理性。建立良好的公司治理机制不仅会促进电力行业上市公司做出合理的决策，也能对过度投资和投资不足的不经济行为有一定的制约作用。因此，基于此种原因，研究我国电力行业上市公司在面对全球经济环境变迁、

中国经济结构及相关政策调整以及电力行业经济管理体制改革等因素带来的外部环境的变化时,如何完善公司治理结构、合理决策、规范投资行为,就成为一个十分有实践意义的研究课题。

二、国内外研究动态

(一) 国外研究动态简介:

早期的西方投资理论形成于19世纪70年代初到20世纪50年代末,这一时期的三种主要经济理论流派对投资理论的形成起到重要作用:一是以杰文斯(, 1871)、庞巴维克(eugenbohm von bawerk, 1886)□维克塞尔(II, 1896)□费雪(, 1933)、奈特(, 1921)等人为代表的新古典主义的资本理论;二是以马歇尔(II, 1920)为代表的新古典主义的企业厂商理论;三是以克拉克(, 1917)为代表的朴素加速器理论,之后经过chenery(1952)和koyck(1954)等人的'发展而成为西方最早的投资决策理论。20世纪60年代初期乔根森(jorgensen□1963□1966□1967□1971)将新古典生产函数引入企业投资函数中,承认资本和劳动投入之间替代的可能性,运用连续时间的动态最优模型来描述企业的投资行为,产生了新古典投资理论,标志着现代企业投资理论的形成。然而这一理论忽视了资本存量的调整成本。此后□tobin(1969)提出了著名的q理论□q常常被定义为:企业在金融市场上的市场价值与该企业现有资本存量重置成本之比。

另一方面,自20世纪70年代开始,委托代理理论、非对称信息理论、公司治理结构理论逐步运用于现代企业投资领域的研究,为投资理论的发展掀开了新的篇章。同时,也为上市公司投资行为及公司治理机制的研究提供了强有力的支持。具体理论如下:

1、委托代理理论

委托代理理论表明，代理冲突将导致企业投资行为的低效率，反映在企业投资领域就是各种非效率的投资决策，具体表现为投资不足和过度投资。

1976年詹森和麦克林(jensenandmeckling1976)在委托代理理论的前提下提出了著名的资产替代问题，阐释了股东与债权人之间的代理冲突可能会引起企业的投资不足，利率的增加、信贷配给或对投资或融资条件施加限制条件，会限制股东进行其投资项目的的能力[1]myer分析了负债融资引起企业投资不足发生的可能性。他认为，企业对其所拥有的投资机会并非一定能够或一定愿意实际投入资金，在决定对其所拥有的投资项目是否进行资金投入时，企业的现有负债余额、现有负债的期间构成以及即将借入的新增负债额的多少是非常重要的影响因素shinandkim(xx)发现拥有大量现金的企业比持有少量现金的企业容易做出非效率的投资决策，主要是因为企业投资决策时较高的代理成本[2]lyandresandzhdanov(xx)利用负债期限结构模型，阐释了投资不足效应以反映债权人——股东冲突对企业投资的影响n.moyen(xx)在动态随机框架下进行相关计算，并指出企业尽管可以充分利用税盾优势，但仍会发生投资不足问题[3]。

1986年，詹森(jensen)以股东和管理者存在非对称信息为假设，引入了投资决策中的过度投资问题。即面对自由现金流量时出现的管理层与股东的冲突及其带来的代理成本问题。

专硕研究生开题报告篇二

“中英双语教育”，在加拿大爱德蒙顿市叫得很响，本市有16所由教育主管部门正式挂牌的中英双语学校，而且有中英双语家长协会，教育硕士论文开题报告寇祥明。他们的中英双语教育得到了国政府的大力支持，其成功经验也得到了中国教育部门的广泛认可。中国的教育，对英语非常重视，大多

数学校几乎也是中英双语教育，但在我们的中英双语教育中，英语教育的效果却远远没有达到人们的理想程度。我有幸在加拿大工作，亲历了他们的中英双语教育，我觉得他们的成功对中国的英语教学有很大的启示。

目的：本选题的目的在于通过对加拿大爱德蒙顿市中英双语教育现状的调查，分析教师的教学方法、教学观念、课程设置、考试制度等，与中国的英语教学进行比较对照，找出中国英语教学中的不利因素，从而得到有益的启示，希望能对中国的英语教学有大胆改革有所帮助。

意义：真正的中英双语教育(半天中文上课，半天英语上课)在中国还不多见，本研究期望能为中国的中英双语教育提供理论支持，同时为某些学校率先实行真正意义上的中英双语教育提供具有借鉴意义的具体案例。

(1)理论依据：加拿大爱德蒙顿市建立中英双语学校实行中英双语教学已经有25年的历史了，其中经历了曲折的道路积累了丰富的经验。为中英双语教育提供了可靠的理论依据。而中国的教育也希望中英双语教育的成功。他们的中文是作为第二语言学习的，我们的英文也是作为第二语言学习的，中英两种语言同时学习，所以在很多方面是可以学习借鉴的。

(2)技术依据：一是通过调查和访谈，作为自己论文创作的第一手资料。二是本人

有两年的时间工作在多所双语学校，在大量的实践和学习中深受启发，从而将理论的实践相结合，来阐述本文观点。另外我的导师崔成学热情帮助，给我提供了大量的技术指导。

(3)前期工作研究依据：对论文的相关文献进行了细致的研读，并在教学中试验了自己的许多想法，取得了良好的教学效果，也为论文的撰写提供了现实基础。

(1) 国外相关研究现状

全球化趋势下,国际竞争日益激烈。各国文化、经济、技术、人才等方面的交流也日趋频繁。这对21世纪人才和教育事业的发展提出了更高的要求。培养高素质、通晓一门或几门外语的复合型人才是各国教育界追求的共同目标。无论是发达国家还是发展中国家对双语教育和双语教学都给予了充分的重视,开题报告《教育硕士论文开题报告寇祥明》。加拿大,新加坡和美国等国家都是以多民族和多种文化共存为特点。在双语教学方面,这些国家已经取得了一些成功的经验。在美国、新加坡、马来西亚的部分地区中英双语教学已经从小学开始,在加拿大爱德蒙顿市中英双语教学已经从幼儿园开始。他们的课程的设置、师资配备、教材的编制等方面已经取得了宝贵的经验。爱蒙顿市成立的专门的中英双语教育研究中心。

(2) 国内相关研究现状

中国对双语教育的研究也经过了很长的探索之路。特别是中英双语教育,有些地区已经从幼儿园开始了。有的配备了专职英语老师,有的配备了外教。在大学中,双语教育也成为热门话题。其研究范围涉及到课程设置、师资配备、教材选择、语言环境、考试制度等。

例如辽宁师范大学对中英双语教育提出很好的改革建议:第一,提高双语课程的质量。许多学生的英语水平在口语和听力方面存在严重的不足,这已经影响到了他们在双语课上的学习效果,对他们自身的双语学习已经造成的障碍。第二,我们急需合格的双语教师,缺少合格的双语教师已经对我国双语教学发展造成了严重的阻碍。虽然学多教师具备有非常高的英语水,但对专业知识了解很少,以至不能准确的表达。第三,双语教育的资料需要更加的丰富,现今的双语教育资料多数的目的还是在提高学生的英语水平,但是,我们需要更多的关于,生物,数学,化学等学科的双语教材。第四,我们要积极创造一个适

合学生学习的双语教育环境,良好的双语教育环境能为学生提供更多的语境来接受双语的输入和输出。最后,我们还需要有相关的政策来确保双语教育的更快,更好的发展。

专硕研究生开题报告篇三

今年的开题报告绝大部分都突破了“一万字”大关,有的甚至快长达三万字。想一想可笑,硕士研究生毕业论文要求篇幅是三四万字,你的报告都已经接近三万字了,这到底是在做开题报告还是在进行毕业论文答辩?退一步讲,如果是极个别的报告突破“一万字”大关,倒也罢了,关键是绝大部分都是这样,这就必然成为一种怪现状。

关于研究生开题报告的字数,南京师范大学研究生处有明确说明:“硕士生开题报告的书面材料不得少于3000字,博士生不得少于5000字。”这个说明虽然没有规定具体上限,但任何人都会从“3000字”和“5000字”的底线中“悟”出,报告几千字即可。底线为何不分别规定为“5000字”和“8000字”呢?这分明是在暗示出一个重要信息,报告就是报告,就简明扼要,要提纲挈领,要重点突出。对于一个硕士研究生来说,你不能用几千字的报告把篇幅为三四万字的硕士学位论文的内容讲清楚,那就说明你的能力有严重问题——如果不是能力有问题,而是因为其他原因(比如不懂学术规范,想以势压人,想显示自己的认真,迫于外界因素的诱导等),同样也不可饶恕,因为其后面是同样可怕的:失去学术规范。

一个显而易见的道理是,大家的开题报告不是在比字数,而是在比选题的价值,比观点的新颖性,比框架的合理性。一篇论文,如果选题无意义,观点陈旧,框架混乱,字数越多,那就越可怕:老太太的裹脚布——又长又臭!

二、堆积书目,企图装潢门面

很多人在列参考书目时，不论古今中外，只要稍微有一点联系，就堆积在一起，结果大部分都列了三四十本：古今中外，中文外文……令人头晕目眩。我特别注意到有一位研究生竟然列出60多本。想一想，真是不可思议！从开题到最后交初稿，最多一年时间，也就是说，在365天内要读完（即便是泛读）60本书，那最起码要6天读一本书，注意，这种算法不包括思考时间、写作时间、吃喝拉撒睡时间和其它活动时间。而事实上，任何人都做不到这一点。这样一来，堆积参考书目之举就别有用意：或者显示自己博览群书；或者显示自己态度认真，准备充分；或者想讨好媚俗（比如列出自己导师的著作——即使与论文无关）。

三、论文失魂，没有学术观点

我深深地感觉，现在的毕业论文写作越来越模式化、公式化。就电影学、影视文学写作而言，其模式如下：如果是导演论，无非讲生活经历、创作轨迹、思想内容（有的叫主题意蕴、文化内核等等）、艺术特色（有的叫艺术风格、叙事特色、表现手法等等）、视听语言（镜头、画面、音乐之类）、商业动作等。如果是思潮研究、类型研究（比如×国×时的爱情电影、××题材的电视剧），无非是讲诞生语境、发展流变、思想内容、艺术特色、意义价值等。各章之间相互独立，相互拼贴，致使论文“失魂”。

所谓的“魂”，就是论点，学术观点。论文论文，一定要有论点，而且这个论点必须能够是统领和贯穿全文的总论点。比如写导演论，一定要明白是要论述导演的什么问题；写思潮论、类型论，一定要知道是要阐明思潮和类型的具体什么方面，比如××电影意识形态分析，论××导演的孤独意识，而一定不能泛泛而言，比如××导演研究、×国××电视剧研究，这样的论文结果只能一盘散“沙”——即便是具体的章节写得精彩，那最多也只是一些“碎金”和“散玉”，因为缺少统领全文的“魂”！

到了硕士研究生毕业论文写作阶段，还要讲这些话，我只能感到好笑，不过是一种无奈的苦笑。悲哉！

专硕研究生开题报告篇四

1. 从总体布局上看，学院的硕士论文应该有一定比例（建议不少于1/3或1/4）是从事基础理论研究的，以此保证学院的学术风气、学术水平以及在学术界的影响，也借此发现学术人才。换言之，在每位教师所指导的研究生中，应该至少有1/3的学生要写作纯理论文章。

2. 所有论文都应该是立足于解决问题[problem-resolving]包括纯理论问题、应用问题或对策问题。因此，学生选题的思路应该先从问题入手，而不是先从研究范畴入手。没有明确所要解决的问题的开题报告和论文，是不合格的。

3. 选题应该具有一定的前沿性（创新），表现在纯理论模型的构建、某种理论的全新应用或进一步的证实或证伪，或者提出一套完全独特而系统的对策。达到以上标准的，自然是优秀的论文。不过，现实一点看，学生也可以在以下方面谋求局部的创新，包括方法的创新、观点的创新、资料的创新、视角的创新和应用领域的创新。其中，对于硕士研究生而言，切实可行的是后四者，尤其是视角的创新，将能培养学生认识问题的独特素养。需要注意的是，一些所谓的“引入”、“应用”或“借入”型的文章，往往囫圇吞枣，没有深入发掘“引入”之条件，从而也就没有新发现，甚至出笑话。这样的文章，应勿鼓励。

4. 选题在文字表达上要清晰、确切，不要玩文字游戏，更不能以不知为知之，显示出投机的学风。那种习惯于堆砌名词（更可怕的是堆砌连自己都不知道什么意思的名词）的做法，不应该谬种流传到学生那里。

5. 选题要和专业相关，要符合自己所选择的研究方向，要和

指导教师的研究背景相协调。本专业不鼓励语言类的选题，除此之外，选题没有领域限制（只要视角独特，可以在同一领域进行研究，从而丰富研究成果，构成学院特色。但不能深刻理解此点的学生，建议选题在领域上或视角上先求新）；不鼓励教师指导超出自己专业范围之外的选题；应避免完全雷同的研究题目。

1. 研究文献评述的目的：知道前人曾做过什么、没做过什么；前人做的怎么样，有什么地方做得不完善。这些都借助于文献评述来形成结论：我可以做什么。

2. 历来的文献评述都是张冠李戴、不着边际、不得要领、东拉西扯。风格上总是“提出了；提出了…”，有述无评。更有甚者，选题（例如）是“形象测量”，却没有一篇相关文献，全是“形象”的文献，显然偷梁换柱、移花接木。此风不可长。

3. 当你的选题没有相关文献可评述时意味着什么？

（1）“毫无价值”：全世界的聪明人都对这个问题不感兴趣。这时，你就不要研究了；

（2）“价值很大但没人研究”：这对你（硕士研究生）来说，这基本是“不可能”的研究：以你的硕士研究生涯，自然不能完成别人都完成不了的题目。因此，当发现这样的开题报告时，我们会怀疑其可行性。

4. 研究评述的文献，不应以教材为基准，更不应该以培训教材为基准。这些文献的重要程度依次为：期刊论文、学术专著、会议论文、工作论文、网络论文。教材几乎不应该算。——当知识已经被纳入到教科书中的时候，那已经是被普遍知晓或接受的知识了（新学科领域的教科书当属例外）。

5. 评述文献要采取直接引用的方法。学院今后对所有不对应的文献引用视为不符合论文基本规范（一些论文在文后列举

了数百篇文献——这其实太容易了——但你不知道作者读过其中的哪一篇，用了其中的哪个人的观点）而不予评审。建议今后的文献引用模式如下：（直接引文）“……”（吴必虎[xx]27-35页）；（间接引文）吴必虎[xx]认为……，或……（吴必虎[xx]）然后，在全文的最后附上按照拼音字母排序的文献目录。脚注可以作为解释性的内容使用。研究生部目前采取的引文办法（脚注或章尾注）非常不好，需要改进。

1. 在研究内容中，一定要陈述所研究和解决的问题；要明确所使用的研究方法和手段；要明确可能遇到的困难及其解决办法。

2. 在论文纲要当中，可以不详细列举内容（但应有些观点），因为纲要有可能在具体研究过程中发生变化。但一定要提供一个框架性的内容，也应该将所研究的关键词列举上。关键词实际很重要，对厘定你的研究领域以及所使用的方法，都有启发和规范作用。

3. 研究内容很能展示你的研究深度和观点，因此，应该对观点（也许还是假定）有所陈述。

1. 方法和程序决定研究目标如何实现，它们直接来自目标，来自文献评述的结果，并受到作者拟定的基本概念框架的影响。

2. 方法和程序强调运用什么样的基本范式（假如是应用研究或对策研究）、什么样的方法论、什么样的资料收集和分析策略。这些一定要实现进行设计并反映到开题报告中。目前研究生部的开题报告文本格式中没有这部分内容是个缺欠。我们可以在研究内容一栏中补进。

专硕研究生开题报告篇五

从国际化的角度来分析品牌的发展，在19世纪的早起美国，产生了品牌的萌芽。一些药品生产商从那时就开始对于自己的产品命名，并且以此作为产品的标识来提高声誉。而在欧洲，也产生了有如 西门子 等一些经久不衰的国际大品牌。20世纪是品牌的大发展时期，然而人们对于品牌的关注也并不是始终如一。在20世纪初期，无论是商家还是消费者对于品牌的认同度越来越高，一方面，消费者青睐那些代表着高质量、优良服务的品牌；另一方面，商家对于品牌越来越重视，品牌的推广手段越来越广，越来越专业化。广告的一度繁荣很好的反映了当时人们对于品牌的认识。然而，两次世界大战是的品牌理论的陷入了一个停滞不前的状态，高效率，低成本的产品当时商业的主流倾向。随着世界经济的逐渐恢复和继续发展，物质产品的日渐丰富，人们对于消费产品的要求不再简单的局限于价格和质量，对于精神层次的要求也逐渐的体现出来。美国人大卫-奥格威首次提出了高于传统品牌的概念，他认为品牌是一个综合的概念，是一个复杂的表达着企业内涵的象征。从此人们对于品牌的概念进入了一个全新的时代。世界各国的学者也投入了大量的精力到品牌的研究领域中。并且在很多方面取得了重要成果，为世界经济的发展提供了强大推动力。

品牌的定义

著名学者麦克唐纳对于品牌的定义是： 一个成功的品牌能帮助顾客识别产品、服务、人员或地方。把品牌加载产品、服务、人员或地方身上，能使购买者或使用最好地满足他们需要的相关的独特的增加价值，而且，品牌的成功源于其在竞争环境下，能持续地保持这些增加的价值。大卫-奥格威对于品牌的界定打破这种传统认识，这也可称为现代品牌理念的启蒙思想。现代相关理论学者逐步形成了对于品牌内涵的基本共识： 品牌是质量的表达，并且是一个更为复杂的概念，现代品牌理论中主要包含了六个内涵，主要是指特征、利益、

文化、个性、价值以及消费者选择。

理论发展

学术界对于品牌的关注度越来越高，涉及到各个领域。营销学、市场学、心理学以及价值工程学的发展也给品牌理论的成长注入了活力。品牌价值的确定、消费者与品牌的关系等等都是研究的热点。本文主要关注研究企业品牌建设策略。

布朗在1995年提出：在信息社会里，由于信息的传递途径和成本非常低，所以在品牌的建设和传递过程中，起到核心作用的是信息的质量而不是以往所强调的数量问题。鲁宾斯基对于企业品牌的核心价值的传递进行了深入的研究。其研究成果强调了，企业内部对于品牌价值的理解，着重于从员工入手，遵循着人本位的核心思想进行企业的品牌建设和价值传递过程。美国学者切纳特十分关注新技术革命对于企业品牌理念和建设的影响，强调了，品牌对于新环境的适应能力以及在品牌建设和管理过程中的快速反应能力。麦克唐纳对于不同行业的品牌进行了对比性研究，区分了产品制造业和服务行业中品牌建立、传递和管理的不同途径和主要问题。美国学者大卫-爱格曾一度是这一领域的领头人，在他的著作中，对于品牌的内涵、建设和传递过程都做了系统的阐述。其中关于品牌维度构成的透彻分析对于企业的品牌建设有重要的理论支持作用。

品牌理论的发展一直没有停下脚步，品牌的理念不断深入人心，在世界范围内引起了广泛的关注。品牌理论的进步不仅仅来源于学术界的系统研究，也来自于企业的自身经验的总结和知识的创新。几乎绝大部分国际大企业都十分注重品牌的建设和管理，其中 可口可乐 公司对于品牌的认识和成功经验值得所有企业借鉴。可口可乐 雄踞福布斯世界品牌价值榜三甲之列，并连续多年获得品牌价值估算桂冠。其公司的成功经验也在实践中检验了相关理论并极大的推动了品牌建设和管理理论的发展。

国内研究进展

核心理论

品牌理论的发展也引起了国内许多学者的关注。随着市场经济的不断发展，改革的不断深化，我国的市场对于品牌的需求凸现出来。消费者选择品牌，企业需要品牌，日益激烈的国内甚至国际化竞争需要品牌。学者黄富昌认为：品牌是一个系统，包括了产品和服务功能要素，是企业，产品和消费者三者的结合。艾丰则明确指出了品牌所应该具有的五个特征，其中包括无形与有形的统一；简单与复杂的统一；结实和脆弱的统一；以及实体与精神的统一。是一个综合的概念。郑昭认为品牌可以被分层次来认识，分为标识层、信息层、概念层和文化层。

近些年，我的品牌快速发展，但是依然面临着很多问题。张学引认为，我国目前的品牌还普遍存在竞争力较弱的问题，缺乏规模，缺乏国际影响力。康晓光认为，由于我国代工，贴牌产业的普遍存在，导致产业弱化，缺乏自主创新能力，缺乏核心知识产权，也就使得品牌的作用被大大弱化了。而且在实践过程中，我国的品牌建设，尤其是中小企业的品牌建设还存在着许多误区。李正良认为，我国企业在品牌建设过程中，普遍存在，轻视自身能力、品牌理念谬误、偏重产品生产以及夸大品牌作用的现象，严重阻碍了品牌的推广和发展。

中小型企业我国经济活动中不可或缺的重要力量，品牌对于提高我国的中小企业的核心竞争力有着至关重要的意义。何忠保强调了，企业需要建立正确的品牌观念，走出去，引进来，吸收先进经验，才能保障品牌建设的顺利实施。徐丽瑛认为，加强企业的核心竞争力，形成自主知识产权是品牌建设的第一要务。企业需要围绕自己的核心生产环节，有所创新，才能真正建立起企业所需求的品牌效应。丁家永则从品牌建设与心理学相结合，着重强调了对于消费者个性化的

足够关怀和满足。天双全、陈永丽则从实践的角度阐述了，品牌建设是一个长期而兼具的系统化工程，需要有长远的规划并且要与公司的利益紧密结合起来。

品牌建设

西部大开发战略的实施给众多西部地区中小型企业提供了千载难寻的好机会。而品牌就像是横在他们面前的一座大山。规模小、家族化经营、资本流通速度慢以及管理经验和手段严重滞后都极大的影响了企业品牌建设以及长远发展。许多学者也在致力于研究相关的内容，希望能为广大西部中小企业提供智力支持。谢付亮提出的品牌策划的五大关键点，品牌就是一种投资；品牌建设的环节必须是可控的；做品牌不意味着大投资；事、市、势 结合；策划人本身的素质。这就为企业品牌建设拓宽了思路。为实践环节打好了预防针。

课题背景及开展研究的意义

课题背景

品牌战略对于企业来说有着至关重要的意义，尤其是面对着日益激烈的竞争环境。国内市场的竞争甚至国际市场的竞争对于企业来说都是机遇与挑战并存，能否把握机会，在商战中屹立不倒，品牌的对于企业的意义尤为重要。相对而言，在国家西部大开发战略的实施，使得西部企业面临前所未有的发展良机，国家的政策支持和越来越多的融资机会并不能完全开发西部企业的能力。在这个特殊的时期，尤其是在企业发展的初期，企业就更需要有长远的品牌战略，日积月累才能最终成就一个真正的品牌。xxxx公司正式在这种环境下日益成长一个西部民营企业。其主要产品是xx公司拥有非常丰富的实践经验和较为先进的制造技术，并且得到了当地政府的大力支持，在西部地区的同类企业中有一定的影响力。然而，日益加剧的竞争，包括资金雄厚的国有大型企业，甚至一些小规模的国际企业都加入了市场竞争环境来。传统的依

靠低成本和便捷的售后服务的竞争优势，在人力成本的增加和竞争对手规模化经营的策略下荡然无存。企业在深入分析了当前所处的形式后，不断的进行改革，企业对于品牌建设的意识越来越浓。只有一个深入人心的品牌才能使企业摆脱困境。

xx公司的具体情况具有一定的代表意义。当地多家企业，包括部分 国改民 的大型企业都面临着相同的困境。如何探索出一条适合当地企业的品牌化之路?是这些企业迫切需要解决的任务。

课题意义

在具体分析了xxxx公司所处的案例环境之后，本文旨在能够为企业的发展提供一些可行性建议，并在此建议的基础上希望能够总结出模式化的初步策略，如此一来：

- a. 能够使xxxx公司的状况有所改善，为得企业将来的进一步发展打下良好的基础，甚至是注入强大的前进动力。
- b. 能够与周边企业进行对比，在可行性建议的基础上形成模式化成果，为其他企业提供咨询帮助。对于当地经济的发展，起到了一定的作用。
- c. 从实践中检验品牌理论的效果。通过对于企业的改造和所取得成果进行比较，总结失败环节的经验教训，对于理论实践化具有现实的指导的作用。
- d. 在实践过程中更为真切的了解到此类西部企业的现状和其行业所处的环境，发现一些非理论化的成果。找出具体的问题，并在此基础上归纳为理论模板。对于相关的分析具有重要意义。
- e. 对于整个地区的企业具有一定的指导意义。结合本地区的

情况，向企业提出合理化建议，从而对整个地区的经济起到一定的推动作用。

f. 培养了自身实践调查、分析、计划和沟通的能力，对以后的社会生活起到积极的作用。丰富了自身的人生经历。

主要研究方法、内容和预期目的：

主要研究方法：

文献法

观察法

访谈法

实地调查法

主要内容：

本文以xxxx公司作为研究对象，通过深入访谈、实地调查的方式收集企业品牌的现状、企业所在行业的品牌现状结合目前中国整体的企业品牌状况，分析研究企业建立品牌的重要性及企业品牌建设的影响因素，从品牌化决策、品牌使用者决策、名称决策、品牌战略决策、品牌定位决策等方面入手对企业品牌建设提出相应的合理化建议。

预期目的：

- a. 收集、整理并理解品牌建设相关知识。
- b. 科学的收集、整理并加工、分析案例企业的相关数据。
- c. 对企业提出可行性建议。

- d. 如条件允许，实践部分可行性建议。
- e. 在可行性建议基础上形成模式化成果。（如分析流程、数据采集标准等等）
- f. 总结实践环节中的失败经验，形成备忘录。

日程安排：

x月x日以前 确定论文选题

x月x日以前 撰写开题报告

x月x日以前 撰写论文初稿

x月x日以前 撰写论文二稿

x月x日以前 修改论文，定稿并准备论文答辩

参考文献

[1]l. d. 彻纳东尼, m. 麦克唐纳. 创建强有力的品牌. 北京: 中信出版社, 20xx.

[2]王新新. 新竞争力. 长春: 长春出版社, 20xx.

[3]余鑫炎. 品牌战略与决策. 大连: 东北财经大学出版社□20xx.

[4]陈放, 谢宏. 品牌策划. 北京: 时事出版社□20xx,1.

[5]艾丰. 中国品牌价值报告. 北京: 经济科学出版社, 1997.

[6]刘佳, 从可口可乐看企业品牌塑造. 黑龙江对外贸易, 经营之道. 20xx.6□144.

[7]许喜林, 吴文国. 品牌之道: 品牌建设9s模式及其应用. 北京: 北京交通大学出版社□20xx.

[8]何心展, 俞丽敏. 我国企业品牌建设存在的问题及对策. 天津市经理学院学报. 20xx.2□15□16.

[9]康晓光. 中国企业品牌建设的困境与突破方向. 深圳大学学报. 20xx.5□03□05.

[10]相晓冬. 品牌核心: 自主知识产权. 品牌视点. 20xx.6□22□25.

[11]何忠保, 何飞云. 民营企业品牌塑造探析. 商场现代化. 20xx.3□136□138.

[12]郑昭, 丁轩. 民企成长与品牌战略. 上海: 上海三联书店, 20xx.

[13]李月华. 论中小企业品牌建设的区域化策略. 科技信息(学术研究)□20xx.

[14]徐丽瑛, 李正良. 中小企业品牌塑造误区与对策. 企业管理. 20xx.10□1□3.

[15]谢付亮. 品牌策划的五大关键点. 中国质量与品牌. 20xx.6□53□55.

[16]田双全, 陈永丽. 我国民营企业品牌塑造之战略选择. enterprise vitality. 20xx.12□43□45.

[17]刘峻松. 品牌三藏：中国本土化的品牌观. 中华工商联合出版社.

[18]苏勇，林展圣. 中小企业品牌战略. 当代财经. 20xx.6□63□65.

专硕研究生开题报告篇六

建设世界一流大学和一流学科，是我国“十三五”时期教育发展的重要目标任务，“双一流”建设对提高高校教育质量和水平具有重要的影响。本文将研究生群体作为目标对象，以“学术为本”和“育人为本”为准则，从思想引领、培养学术精神和自我管理、融洽师生关系等方面分析了研究生教育管理在“双一流”建设中的实践策略和作用。

20xx年10月，国务院印发了《统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案》，以推进国内高校及其学科的建设与发展。该方案提出坚持以一流为目标，坚持以绩效为杠杆，坚持以改革为动力，争取到20xx年，若干所大学和一批学科进入世界一流行列，若干学科进入世界一流学科前列，到20xx年，更多的大学和学科进入世界一流行列，若干所大学进入世界一流大学前列，一批学科进入世界一流学科前列，高等教育整体实力显著提升，到本世纪中叶，一流大学和一流学科的数量和实力进入世界前列，基本建成高等教育强国[1]。关于建设世界一流大学，川大校长谢和平认为一流大学需要培养拥有全球视野的人才。而上海交通大学的校长张杰认为，拥有高水平师资队伍是建设一流大学的关键。

只有全面、深入把握研究生群体和培养过程的特点才能更有效开展研究生教育管理，前期笔者在南京航空航天大学机电学院的研究生群体中进行了调研，得出相关数据和特点，并总结了以下经验启示。

从教育活动的类型来看，研究生接受度最高的是校园文化类活动。如何让将思政教育的内涵融入到学生喜闻乐见的活动中成为了学生思政教育工作的关键。当代研究生以90后居多，可谓“两耳不闻窗外事，一心只在实验室”。在提到核心价值观、中国梦这样的话题时，远远不如一份实习、一场网络游戏有吸引力，这是思政教育工作面临的困惑和挑战，需要使用一些策略来克服这些问题。

思想政治教育是社会或社会群体用一定的思想观念、政治观点、道德规范，对其成员施加有目的、有计划、有组织的影响，使他们形成符合一定社会所要求的思想品德的社会实践活动[2]。从根本上看，思想政治教育类似传播学中传播主体把传播内容传给传播客体的一个过程。在传播学中，传播对象的心理、利益诉求及其性格特征会对其接受信息的效果造成直接影响。从教育学和调查研究的视角，我们发现90后到95后的大学生有一些共性特点：他们认为对其有所用的东西更愿意接受，他们认为有意思的东西更愿意接受，他们认为有面子的东西更容易接受，他们自己参与完成的东西更愿意接受。因此，研究生思想政治教育应该是唤醒其内在的利益需求，不是强行地灌输；应该是饶有兴致地讲故事，不是僵化刻板地讲道理；应该是双向互动，不是单向说教。所以在校园文化活动中，巧妙融入思想引领的内涵，选取爱国荣校、航空报国等主题，配以新媒体、音乐、微电影、舞台剧、舞蹈等学生喜闻乐见的时尚形式，创作和开发文化产品，使学生在潜移默化中受教育，让学生有信念、有信仰、有正确的价值追求。校园文化活动可以成为思政教育工作最有效的载体，它重在潜移默化的进行渗透和教育，它就像是一直无形的手，在推动，引领着学生走向正确的道路。

从研究生的培养角度，近70%的研究生认为“学术氛围”是培养过程中最大的影响因素，营造学术氛围是研究生教育管理工作的重点。学术氛围的灵魂和本质是学术精神。学术精神作为大学生心理面貌和教育水平的反应，是评价研究生思想、理念、价值观、道德观水平的标志。学术精神有狭义和广义

之分，狭义的学术精神体现为专注于本学科的具体遵循，而广义的学术精神应该有两种，即人文精神和科学精神。有的学者指出21世纪的学术精神主要体现为“诚实、自由、创新、献身精神”，其中诚实、献身精神即可理解为人文精神，而自由、创新可理解为科学精神。诚实可以理解为坚定自己的理念，追寻理想的指引，杜绝弄虚作假。自由即具有独立的人格，发散自己的思维。创新指学生不能局限于现有的书本、技术，应该具有自主思考的能力。而献身精神可以理解为学生不应关注一己之利，不应沉迷于现阶段取得的成就。学生应该把学术精神看成是自己的追求，是道德的最高层次。

培养科学精神，就是着力于培养他们创新意识和理性的态度，让学生树立科学精神，懂得求真。作为一名研究生，做学问搞科研，不能仅仅停留在技术和工具等运用的表层上面，应懂得科学之科学，学会培养科学思想、科学方法和科学理念。而教育管理的职责是想办法给学生提供科学精神形成和培植的土壤，同时，让最大多数的同学都在这个土壤中都能找到自己的位置，感受到养分，自由生长，形成森林。高校应多开展大师名家进校园进课堂、学术沙龙、主题论坛等形式，引领研究生探讨科学的终极原理和追求，明确科学研究的最初目的。

另一方面，应培养研究生的人文精神。人文精神是一种自由、向上的精神，核心意义是教育人坚持理性，追求理想的人格、理想世界和自身的完善，充满对美好生活和幸福人生的向往。追溯到大学的本源，古希腊人希望每个公民都能得到各方面的全面发展，培养德育、美育、智力和体育等全方位发展的合格公民，古希腊的诸多学者，像亚里士多德、柏拉图等先哲为此还专门建立了学园，就是大学的前身，可见他们是很有远见的。从那以后，大学就成为了人类社会进步的摇篮。高校应开展读书交流会、思辨会、诗会、演讲等文化活动，回归大学的本源，为学生创造人文精神呼吸和翱翔的天空，让学生有信念和信仰，成为一个内心丰富、精神充盈、热爱生活的人。

从研究生的管理方式来看，75%的学生认为自我管理最有效。黑格尔曾说：“现代世界的原则就是主体性的自由。”中国文化中用“以人为本”来阐释这层含义。大学是培养人的地方，大学生既是教育的对象，也应是教育的主体。

在教育管理过程中唤醒学生的主人翁意识，发挥学生的主体性作用，是当今教育管理面临的新课题。在教育管理中，应是双向互动，而不是单向说教；应引导学生主动参与，而不是让学生被动接受。在教育过程中要坚持“将舞台还给学生，将机会让给学生，将成长留给学生”的原则，发挥学生的积极性、主动性、创造性，让学生在自我服务、自我教育中收获成长。人本主义心理学认为，人们普遍有自我发现的潜能、自我选择的能力，应当给予学生自我认识的机会，赋予他们为自己的成长、发展负责的意识与能力。

教育培养的首要任务在于激发学生为自己负责的内在动力，为了学习生涯阶段的自己负责，更是为了持续一生的生涯发展负责，为了学习负责，更是为了自身全面发展、社会的发展、人类的进步负责，既有长远眼光，又有天下情怀，是理想境界。具体到研究生群体的特点，研究生群体相比本科生，心智相对成熟，自治自立能力强。高校应打造以硕博生纵向交流的小微平台，博士生提升自己的同时带动硕士生，发挥朋辈教育的优势，体现传帮带的作用，激发学生发展自觉，营造“在做中学、在学中做、学学相长、共同进步”的良好氛围。

同时应该发挥研究生会等学生组织的作用，研究生会作为研究生“自我管理、自我服务、自我教育”的一个群众性的学生组织，在研究生的培养和教育体系中发挥着不可替代的作用[3]。多元的校园生活离不开丰富多彩的活动，研究生会应该发挥自己群众性的优势，积极组织开展学生活动。

“学高为师，德高为范”。关于对导师的期待，调查结果显示，83%的研究生最看重的是导师的师德典范。中国高校的研

研究生培养采用导师负责制，教育管理工作的目的是协助导师开展研究生的教学科研任务，教育管理工作开展同样需要导师的理解与支持。更好地服务导师与学生，要从他们的需求出发。对于研究生来说，与导师的相处是他们从未经历过的学习生活模式，面对就业的焦虑、课题的压力、师生矛盾也时常出现，这是一个亟待解决的重要问题。

总之，鉴于研究生群体较为多样化、个性化、大众化的特点，在研究生教育管理过程中，应始终坚持“学术为本”引领研究生教育管理，明确学术科研在研究生教育管理工作中的主导地位，有效开展理想信念教育；坚持“学术为本”，树立科学精神和人文精神，着力提升研究生素质能力；同时，充分尊重导师是研究生教育和培养的第一责任人，坚持“育人为本”，凝聚研究生教育管理合力，让研究生在高校“双一流”建设中提供有效支持和可靠保证。