

# 2023年工商管理企业毕业论文 工商管理企业 管理论文开题报告(汇总5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 工商管理企业毕业论文篇一

课题名称：企业管理中的目标管理模式研究问题

毕业论文起止时间：

20xx年12月~20xx年3月

学生姓名□xxx学号：08060115

指导教师□xxx

报告日期□20xx年12月30日

### 一、所研究课题的任务、性质、目的和意义

任务：确定企业的经营目标，然后根据经营目标制订经营计划，进而加以实施和控制，使企业实现经营目标。

性质：目标管理是企业绩效考核的基础，实施目标管理可以有效的促进企业的经营治理，加强企业团队建设，激发和调动员工的工作的积极性。在实施企业目标管理中，根据预期效果规定企业中每个人的主要职责范围，并以这衡量尺度作为工作的指导方针和评定每个人对企业所做贡献的标准。

目的：企业管理中管理者应该通过目标对下级进行管理，当

组织高层管理者确定了组织目标后，必须对其进行有效分解，转变成各部门以及各个人的分目标，管理者根据分目标的完成情况对下级进行考核，目标管理的本质是绩效价值导向，目标管理使得整个公司、各个部门、各个人事先可以有明确量化的指标，事中可以检查考评，事后可以奖罚兑现，实现全面、公平和互动的管理，实现企业目标管理最优化。

意义：目标管理对组织内易于度量和分解的目标会带来良好的绩效。目标管理有助于改进组织结构的职责分工。目标管理启发了自觉，调动了职工的主动性、积极性、创造性。

目标管理促进了意见交流和互相了解，改善了人际关系，促进了企业和谐发展。

二、本课题的国内外现状，已解决了哪些问题，尚需解决的问题

（一）国内：

1、现状：

（1）一位学者如是说：“成长的关键不是经济环境，也不是市场条件，而是企业自身的管理条件”。成长型企业都正在经历着由过去的经验管理向科学目标管理发展的过程。

（2）在企业目标管理中，由企业一把手管理全部业务的局面难以为继，然而由于缺乏组织上的准备，没有系统地计划及在关键岗位上培养管理人才，使得管理意识薄弱，业务流程模糊，领导人长期事必躬亲，干部充当“消防队员”忙于救火，员工难以分担职责，执行力严重不足，企业管理效率低下，严重影响企业发展后劲。

（3）内部职责定义不清楚，授权体系也不明确，职、权、利的关系不平衡，没有建立起以业绩为导向的评估体系和激励

机制，缺乏企业文化和凝聚精神，无法调动员工的积极性和创造力，很容易导致人才危机的出现，所以企业最缺乏的是对人才的管理。

## 2、已解决的问题：

(1) 企业在实施目标管理过程中解决了企业内部各部门因业务和预算等产生决策冲突，解决各部门之间的矛盾，使他们友好协调、均衡发展，成为管理决策者实施管理首要问题。

(2) 随着企业的快速发展，企业的目标管理就需要应对快速变化的外部市场，职责明确化、分工专业化、工作程序化、决策科学化对规范企业行为、快速应对市场需求、提高市场竞争能力、加快企业发展速度是至关重要的。

## 3、尚需解决的问题：

(1) 在理念上，企业主把自己的目标当成企业目标，把个人的目标和企业发展目标搞混，老板的目标是与个人的理想’抱负和兴趣有直接联系，但往往与企业自身资源和能力并不完全一致，影响了企业的发展。

(2) 在方法上，对企业目标管理并没充分实行“柔性化管理”，强调目标管理的灵活应变，对绩效考核成绩、骨干员工流失率、培训合格率、管理人员称职度、员工满意度等进行合理的支配与协调。

(3) 在管理战略上，专业化分工，建立完善的组织管理体制，形成科学有效的决策机制、执行机制、监控机制和反馈机制已势在必行。

## (二) 国外：

1、现状：目标管理(mbo)既是一种先进的管理制度，也是一种

现代管理方法。它在美国、西欧、日本得到广泛应用,取得了显著的效果。

## 2已解决的问题:

(1) 通过整合能够实现企业内部资源的集中、统一和有效配置;借助信息技术手段,企业能够跨越内部资源界限,实现对整个供应链资源的有效组织与管理。

(2) 目标管理还力求组织目标与个人目标更密切地结合在一起,以增强员工在工作中的满足感。这对于调动员工积极性,增强组织的凝聚力起到很好的作用。

(3) 目标是企业进步和发展的方向,是企业强有活力的要素,战略是规划企业经营的方法,是企业生存的命脉。目标是战略的前提,战略是目标的保证。所以目标和战略要紧密联系在一起才能最大限度实现企业目标管理。

## 3、尚需解决的问题:

(1) 国外企业投资决策管理不够科学,合作伙伴的选择不尽理想。切实加强目标管理,加快全州检察机关目标管理工作制度化、规范化、科学化发展步伐。

(2) 国外企业投资目标管理不够明确,具体考核指标也不尽合理。企业对目标实施情况的跟踪、监督力度不大,工作衔接不强,工作信息的反馈速度不快,一定程度上影响了目标的全面完成。

(3) 国外企业经营管理机制不完善,“以包代管”的问题较普遍对。目标执行情况的督促力度还需加强,目标管理工作尚需不断总结完善和提高,紧跟客观实际的发展而不断创新。

## 三、根据任务提出解决办法

(一) 通过期刊资源和网络数据库资源来收集国内外企业管理中目标管理模式, 及借鉴、引用有关学者的观点、研究成果等。

(三) 结合有关的资料进行企业管理模式的调查与分析, 接着对目标管理存在的有利因素、与不利因素进行有关的思考, 根据目标管理对企业的不利方面提出自己相应的看法。

(四) 对提出的一些策略进行修改与调整, 使企业目标管理最优化管理。

四、大体计划和进度.....

五、资料来源、

[1]张会川: 《关于实施企业目标管理的几点思考》, 江汉石油职工大学学报□20xx年1期.

[2]刘宏: 《企业目标管理之道》, 施工企业管理□20xx年第5期.

[3]肖文质: 《浅谈企业目标管理》, 石油政工研究□20xx年第3期.

[4]王化平: 《企业目标管理的几个问题》, 发展□20xx年第7期.

[5]胡雪: 《基于目标管理的安全生产管理》赤峰学院学报(自然科学版)□20xx年12期.

[6]李贵友: 《谈目标管理在建筑施工管理中的运用》, 硅谷20xx年15期

[7]周涛: 《企业的目标管理与员工自主控制》, 科技情报开发

与经济20xx年7期

## 六、指导教师审阅意见

指导教师（签字）\_\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

## 工商企业管理毕业论文篇二

课题名称□XXXXXXXX

毕业论文起止时间：

12月~3月

学生姓名□xxx

学号：12345

指导教师□xxx

报告日期：203月30日

### 一、所研究课题的任务、性质、目的和意义

**任务：**确定企业的经营目标，然后根据经营目标制订经营计划，进而加以实施和控制，使企业实现经营目标。

**性质：**目标管理是企业绩效考核的基础，实施目标管理可以有效的促进企业的经营治理，加强企业团队建设，激发和调动员工的工作的积极性。在实施企业目标管理中，根据预期效果规定企业中每个人的主要职责范围，并以这衡量尺度作为工作的指导方针和评定每个人对企业所做贡献的标准。

**目的：**企业管理中管理者应该通过目标对下级进行管理，当

组织高层管理者确定了组织目标后，必须对其进行有效分解，转变成各部门以及各个人的分目标，管理者根据分目标的完成情况对下级进行考核，目标管理的本质是绩效价值导向，目标管理使得整个公司、各个部门、各个人事先可以有明确量化的指标，事中可以检查考评，事后可以奖罚兑现，实现全面、公平和互动的管理，实现企业目标管理最优化。

意义：目标管理对组织内易于度量和分解的目标会带来良好的绩效。目标管理有助于改进组织结构的职责分工。目标管理启发了自觉，调动了职工的主动性、积极性、创造性。

目标管理促进了意见交流和互相了解，改善了人际关系，促进了企业和谐发展。

二、本课题的国内外现状，已解决了哪些问题，尚需解决的问题

(一)国内：

1、现状：

(1)一位学者如是说：“成长的关键不是经济环境，也不是市场条件，而是企业自身的管理条件”。成长型企业都正在经历着由过去的经验管理向科学目标管理发展的过程。

(2)在企业目标管理中，由企业一把手管理全部业务的局面难以为继，然而由于缺乏组织上的准备，没有系统地计划及在关键岗位上培养管理人才，使得管理意识薄弱，业务流程模糊，领导人长期事必躬亲，干部充当“消防队员”忙于救火，员工难以分担职责，执行力严重不足，企业管理效率低下，严重影响企业发展后劲。

(3)内部职责定义不清楚，授权体系也不明确，职、权、利的关系不平衡，没有建立起以业绩为导向的评估体系和激励机

制，缺乏企业文化和凝聚精神，无法调动员工的积极性和创造力，很容易导致人才危机的出现，所以企业最缺乏的是对人才的管理。

## 2、已解决的问题：

(1)企业在实施目标管理过程中解决了企业内部各部门因业务和预算等产生决策冲突，解决各部门之间的矛盾，使他们友好协调、均衡发展，成为管理决策者实施管理首要问题。

(2)随着企业的快速发展，企业的目标管理就需要应对快速变化的外部市场，职责明确化、分工专业化、工作程序化、决策科学化对规范企业行为、快速应对市场需求、提高市场竞争能力、加快企业发展速度是至关重要的。

## 工商企业管理毕业论文篇三

[1]张会川：《关于实施企业目标管理的几点思考》，江汉石油职工大学学报，1期.

[2]刘宏：《企业目标管理之道》，施工企业管理，20第5期.

[3]肖文质：《浅谈企业目标管理》，石油政工研究，第3期.

[4]王化平：《企业目标管理的几个问题》，发展，第7期.

[5]胡雪：《基于目标管理的安全生产管理》赤峰学院学报(自然科学版)，12期.

[6]李贵友：《谈目标管理在建筑施工管理中的运用》，硅谷年15期

[7]周涛：《企业的目标管理与员工自主控制》，科技情报开发与经济7期



[9]李清洗：《对公安岗位目标绩效考评机制的思考》，福建公安高等专科学校学报期

[11]苏泽庭：《中小学党建目标管理的实践与思考》，学校党建与思想教育期

[12]王艳红：《中外文化差异对我国境内合资企业发展的影响》，吉林大学；年

## 六、指导教师审阅意见

指导教师(签字)\_\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

## 工商企业管理毕业论文篇四

《银行帐目管理信息》开题报告的编写目的是通过对《银行帐目管理信息系统》中各模块的分析，确定系统的体系结构，模块内容，技术方法，明确各模块的功能和数据流，为程序编写定下宏观体系框架。

### 二. 开发背景

随着科技发展和社会进步，尤其是计算机大范围的普及，计算机应用逐渐由大规模科学计算的海量数据处理转向大规模的事务处理和对工作流的管理，这就产生了以台式计算机为核心，以数据库管理系统为开发环境的管理信息系统在大规模的事务处理和对工作流的管理等方面的应用，特别是在银行帐目管理之中的应用日益受到人们的关注。

近年来我国信息产业发展迅速，手工管理方式在银行帐目管理等需要大量事务处理的应用中已显得不相适应，采用it技术提高服务质量和管理水平势在必行。目前，对外开放必然趋势使银行业直面外国银行巨头的直接挑战，因此，银行必须提高其工作效率，改善其工作环境。这样，帐户管理的信息

化势在必行。

在传统的银行帐户管理中，其过程往往是很复杂的，繁琐的，帐户管理以入帐和出帐两项内容为核心，在此过程中又需要经过若干道手续，因为整个过程都需要手工操作，效率十分低下，且由于他们之间关联复杂，统计和的方式各不相同；且会出现信息的重复传递问题，因此该过程必须实现信息化。

我们的系统开发的整体任务是实现银行帐户管理的系统化、规范化、自动化和智能化，从而达到提高企业管理效率的目的。

### 三. 可行性研究

可行性研究能使新系统达到以最小的开发成本取得最佳的经济效益。可行性研究的目的，是根据开发管理信息系统的请求，通过初步调查和系统目标分析，对要开发的银行帐户管理信息系统从技术上、经济上、资源上和管理上进行是否可行的研究。这是一项保证资源合理使用、避免失误和浪费的重要工作。

经济上的可行性：主要分析成本与收益、投资效果等。

技术上的可行性：要分析技术力量、计算机性能、通讯网络和系统条件等。

资源上的可行性：主要指管理、经费能否得到保证。

管理上的可行性：如帐户管理水平、数据收集可能性、规章制度健全程度和领导对发展系统的态度。

可行性分析已经写成可行性研究报告，并报请领导及有关专家审议，通过后进入了以下需求分析阶段。

## 四. 系统需求分析

用户的主要需求有帐户管理、取款机管理、用户查询、查询统计等几个方面：

(1) 帐户管理方面：存款、取款、开户、销户、修改信息、办卡、挂失卡；

(2) 取款机信息管理方面：管理员管理查询和维护、客户查询和取款等功能；

(3) 用户查询方面：用户希望便于查询自己帐户的信息。

(4) 查询统计方面：vip用户统计、atm业务量统计、异动查询统计、持卡总量消费统计、工作量负荷统计等功能。

## 五. 要解决的关键问题

(1) 要解决的关键问题之一：数据的安全性问题

解决办法为：采用des加密算法；

(2) 要解决的关键问题之二：数据的一致性问题

解决办法为：使用触发器；

(3) 要解决的关键问题之三：系统查找数据的速度问题

解决办法为：采用哈希算法进行数据的快速查找。

## 六. 系统定义

通过该银行账户管理系统，使银行的账户管理工作系统化、规范化、自动化，从而达到提高账户管理效率的目的。系统开发的任务是使办公人员可以轻松快捷的完成对账户管理的

任务。

## 1、系统要求：

(4) 尽量采用现有软件环境及先进的管理系统开方案，从而达到充分利用现有资源，提高系统开发水平和应用效果的目的。

## 2、系统功能：

系统主要实现了：帐户管理、取款机管理、用户查询、查询统计等功能，

帐户管理模块：存款、取款、开户、销户、修改信息、办卡、挂失卡；

用户查询模块；

取款机信息管理模块：管理员管理查询和维护、客户查询和取款等功能；

查询统计模块[]vip用户统计[]atm业务量统计、异动查询统计、持卡总量消费统计、工作量负荷统计等功能。

## 七. 系统体系结构

在系统功能分析的基础上，做系统功能模块图如下：

## 八. 运行环境

操作系统[]window20xxie5.0

开发平台[]visualforpro6.0

## 九. 参考资料

vfp编程技术及数据库应用教程作者:常明华杨佩理李基鸿连育英

vfp程序设计简明教程

作者:鲁俊生胡天云主编

visualfoxpro6.0/foxbase+课程设计案例精编

作者:伍俊良

作者:timothyidgerobertlaganiere

译者:张红光温遇华徐巧丽张楠

十. 课题开发进度

2月23日---3月7日系统分析阶段

3月8日----4月4日系统设计阶段

## 工商企业管理毕业论文篇五

### 1.1 国外研究进展

#### 1.1.1 关于品牌

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。

### 1.1.2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。”

### 1.1.3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 and 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。

## 1.2国内研究进展

### 1.2.1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。”

## 1.2.2 品牌建设

西部大开发战略的实施给众多西部地区中小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。

## 2.1 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。

## 2.2 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。

## 3.1 主要研究方法：

文献法

观察法

访谈法

实地调查法

### 3.2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。

### 3.3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。