

辽宁大学商学院工商管理硕士（MBA）学位论文 提纲示例及相关问题说明

一、专题研究论文提纲示例

题目：XL 社区生鲜连锁超市品牌资产提升问题研究

摘要

ABSTRACT

绪论

0.1 研究背景

0.2 研究意义

0.3 相关研究回顾

0.4 研究内容和方法

0.5 创新之处

1 相关概念与理论基础

1.1 相关概念

1.1.1 术语 1

1.1.2 术语 2

1.2 理论基础

1.2.1 XX 理论

1.2.2 XX 模型

.....

2 XXX 现状与问题分析

2.1 XL 社区生鲜连锁超市发展现状

2.2 XL 社区生鲜连锁超市品牌建设现状

2.3 XL 社区生鲜连锁超市品牌资产提升存在的问题

2.3.1 问题 1

2.3.2 问题 2

2.3.3 问题 3

- 题目命名要规范
- 鼓励从学员工作单位（企业）的实践管理问题中提炼
- 鼓励创新（企业发展面临的新问题）

- 写法参考“三、相关问题说明”

- 写实践意义

- 写更好指导企业管理实践的创新之处

- 主要写关键术语、重要概念
- 没有关键术语和重要概念，本节可以不要

- 指导本研究的具体理论（如“公平理论”）、模型（如“品牌建设的金字塔模型”）、知识框架（如“新产品开发流程”）
- 具体选择什么理论/模型/知识框架，选择几个，根据论文研究需要确定

- 企业现状（企业概况、发展现状）

- 研究对象的现状

- 存在的问题分析

- 具体分析几个问题，取决于实践中研究对象到底存在几个突出问题
- 结合数据、实际例子等阐述问题
- 形式上多结合图、表等，陈述问题

2.3.4 问题 4

.....

3 XL 社区生鲜连锁超市品牌资产提升存在问题的原因分析

3.1 原因 1

3.2 原因 2

3.3 原因 3

3.4 原因 4

- “原因”可以跟“问题”不一一对应，把 2.3 节问题的主要“原因”解释清楚即可
- 结合理论基础，充分利用问卷调查基础上的数据分析、深度访谈资料分析、行业标杆对比分析等，揭示问题的深层次原因
- 区分“问题”和“原因”

.....

4 XL 社区生鲜连锁超市品牌资产提升对策

4.1 对策 1

4.2 对策 2

4.3 对策 3

4.4 对策 4

- 对策要有针对性，要能解决 2.3 节提出的“问题”
- 写作上，对策要尽可能详细
- 本部分是 MBA 学位论文的关键部分，是论文的关键价值所在

.....

注意右侧说明!!!

5 XXX 保障措施

5.1 XX 措施

5.2 XX 措施

5.3 XX 措施

.....

结论与展望

参考文献

附录

致谢

- 如果第 4 章写的是“对策建议”，则不再需要这里的第 5 章
- 如果第 4 章写的是“方案设计、方案优化、方案改进”等，则需要写第 5 章“保障措施”

- 本节是对整个论文的主要研究问题、原因、对策建议，以及论文研究过程中的主要理论基础、研究方法等，用非常概括的语言总结一下
- 另外围绕本研究的不足之处，提出值得未来进一步研究的相关问题等

- 不少于 30 条，其中英文论文参考文献 5 条以上
- 近 3-5 年的文献不少于 70%，其中近 3 年的占 30%以上
- 需要真正在论文正文中引用
- 多引用中/英文高质量学术期刊发表的论文
- 具体引用格式参考“三、相关问题说明”

- 论文研究中如果使用了“问卷调查”、“深度访谈”等，可以把“调查问卷”、“访谈提纲”等，作为“附录”放在这里

二、“案例研究”论文提纲示例

- 题目命名要规范
- 鼓励从学员工作单位（企业）的实践管理问题中提炼
- 鼓励创新（企业发展面临的新问题、新实践）

题目：AM 公司工艺品海外市场开发案例研究

摘要

- 写法参考“三、相关问题说明”

ABSTRACT

绪论

0.1 研究背景

- 写实践意义

0.2 研究意义

0.3 相关研究回顾

0.4 研究内容与方法

0.5 创新之处

- 写更好指导企业管理实践的创新

1 案例描述

1.1 AM 公司简介

1.2 AM 公司海外市场开发中的典型案例事件

1.2.1 对标“第一集团”的思考与讨论

1.2.2 交易会上的黄金半小时

1.2.3 市场经理的担忧

.....

- 此处案例事件的“标题”仅供参考
- 理想的“标题”拟定，最好能暗示或明示本论文将要探讨的关键问题

2 案例分析

2.1 理论依据

2.1.1 XX 理论

2.1.2 XX 理论

2.1.3 XX 模型

.....

- 指导案例问题提出、原因分析、以及对策建议的具体理论（如“公平理论”）、模型（如“品牌建设的金字塔模型”）、知识框架（如“新产品开发流程”）
- 具体选择什么理论/模型/框架，选择几个，根据论文研究需要确定

2.2 AM 公司海外市场开发存在主要问题梳理

2.2.1 问题 1

2.2.2 问题 2

2.2.3 问题 3

- 如果在 1.2 节的“案例事件”描述写作中，不能“创造矛盾剧情”、突出“研究问题”，这里需要再简要梳理一下“存在的主要问题”
- 如果认为“案例事件”描述部分，已经很好地突显“存在的问题”，这里可以不梳理

.....

2.3 AM 公司海外市场开发存在问题的原因

2.3.1 原因 1

2.3.2 原因 2

2.3.3 原因 3

.....

- “原因”可以跟“问题”不一一对应，把 2.2 节陈述问题的主要“原因”解释清楚即可
- 结合理论基础和案例公司的一手访谈资料、内部数据分析等，深入揭示问题的根本原因
- 区分“问题”和“原因”

3 AM 公司海外市场开发的对策建议

3.1 对策 1

3.2 对策 2

3.3 对策 3

- 对策要有针对性，要能解决 2.2 节提出的“问题”
- 写作上，对策要尽可能详细
- 本部分是 MBA 学位论文的关键部分，是论文的关键价值所在

.....

结论与展望

参考文献

附录

致谢

- 本节对论文研究的典型案例事件、反映的主要问题、问题原因、对策建议，以及论文研究过程中的主要理论基础、方法等，用非常概括的语言总结一下
- 另外围绕研究不足，提出值得未来进一步研究的相关问题等

- 不少于 30 条，其中英文论文参考文献 5 条以上
- 近 3-5 年的文献不少于 70%，其中近 3 年的占 30%以上
- 需要真正在论文正文中引用
- 多引用中英文高质量学术期刊发表的论文
- 具体引用格式参考“三、相关问题说明”

- 论文研究中如果使用了“问卷调查”、“深度访谈”等，可以把“调查问卷”、“访谈提纲”等，作为“附录”放在这里

三、相关问题说明

（一）论文写作基本逻辑

1. 基本逻辑：提出问题——分析问题——解决问题

2. 提出问题

 专题研究（XX 现状与问题分析）

 案例研究（典型案例事件描述）

3. 分析问题

 （1）原因分析（区分“问题”和“原因”）

 （2）结合理论，通过一手调查数据分析、二手数据分析、行业标杆分析等多种具体手段，深度分析原因，揭示“问题”背后的深层次“原因”。

 （3）写作时“问题”和“原因”不要搅在一起分析

4. 对策建议

（二）语言风格

1. 除“案例研究”的“案例故事”描述部分外，其他内容均用第三人称语言客观表述；

2. 不用文学色彩和感情色彩浓厚的词汇，回避成语等；

 （1）杜绝错别字

 （2）杜绝“病句”

（三）摘要写作

1. 摘要=摘（精炼）+要（主要观点）

2. 忌讳只描述“做了什么”，而说不说观点性内容；

3. 摘要建议 800 字左右，分两小段：

 第一小段：交代研究背景；围绕企业发展的现状、困境等，清楚地交代为什么论文标题界定的问题值得研究？或者说为什么说这是个重要的问题？

 第二小段的写法：本研究以 XX 理论为基础，采用 XX 研究方法、

探讨了 A 公司的 XX 问题，研究揭示：A 公司 XX 方面存在的主要问题是：……；这些问题产生的主要原因是：……；结合 XX 理论/原理/原则/方法，本研究提出的主要对策建议是：……。

（四）关键词

1. 选取论文研究中的关键的、重要的、专业的词汇作为关键词；比如：品牌资产、市场开发、顾客忠诚度……
2. 不要将常识性词汇作为关键词；比如：对策、建议、启示……
3. 不用公司名作为关键词
4. 数量：3-5 个
5. 关键词之间用空格隔开

（五）英文摘要（Abstract）

1. 跟中文摘要基本对应
2. 自己翻译
3. 忌讳用“翻译软件”

（六）“绪论”中的“相关研究回顾”写作建议

1. 不区分国内和国外；
2. 紧紧围绕本论文的主题，梳理跟本研究密切相关的一些研究论文的主要结论；

例：XX 公司品牌定位案例研究

建议以“品牌定位”，或以更具学术性且与品牌定位密切相关的概念“品牌识别”，为主题词或关键词，查找国内外重要期刊上的研究论文，找到 20 项或更多跟本研究相关性高的论文，按观点内容的不同，梳理不同研究论文的主要结论；然后指出他们的局限性，比如行业局限、年代局限、内容局限……

在指出已有相关研究“局限性”的基础上，指出本研究可能的实践创新或意义。

3. 忌讳从“百度”或“百度百科”等渠道收集、整理相关内容。

(七) 论文中的研究方法

1. 研究方法，是论文研究过程中，为了发现问题、揭示问题产生的原因等，采用的数据收集方法（如案例研究、问卷调查、深度访谈、观察、行为实验研究），数据分析方法（如扎根理论分析、内容分析、描述性统计分析、相关分析、多元回归分析、逻辑回归分析、结构方程模型分析）等；
2. 忌讳：泛泛地描述定性与定量相结合、规范与实证相结合；
3. 慎用（或不用）“文献研究法”；收集、整理、阅读文献，不是“文献研究”；
4. 建议选择 2-3 个真正在论文中能用到的具体方法，比如：
 - 深度访谈法
 - 焦点小组访谈法
 - 问卷调查法
 - 行为实验法
 - 观察法
 - 案例研究法
 - 二手数据分析法
 - 比较分析
 - 趋势分析
 - 回归分析法
 -

(八) 正文写作中的一些具体建议

1. “问题提出”（对应专题研究的“现状与问题分析”、案例研究的“案例事件”描述）和“原因分析”等部分，多用一手或二手数据做支撑；形式上表现为多用“图”和“表”来说明问题、揭示原因；
2. 忌讳通篇都是“文字描述”；
3. 尤其是“专题研究”论文，建议用大量的图表（比如 15 个以上图或表）

来支持问题的表述、原因的分析；

4. 表“标题”在表的上方，另外需要在文中提及，采用“三线表”格式，在表的下方需要标注来源；示例如下：

“……会上，营业部周经理对鞍山营业部 2018 年的运营数据进行了分享，DG 证券公司鞍山营业部 2018 年任务指标完成情况如表 1.1 所示。”

表 1.1 DG 证券鞍山营业部 2018 年指标完成情况

鞍山营业部	2018 年任务目标	2018 年完成数	2018 年完成率(%)
1、市场份额（万分之）	0.30	0.14	46.66
2、2018 年本月客户日均资产（亿元）	4.7	2.13	45.31
3、新开客户新增资产（亿元）	2.5	0.67	26.80
4、营业收入（万元）	247	84.41	34.17
其中：手续费收入（万元）	160	55.38	34.61
：利息收入（万元）	42	20.71	49.30
5、综合业务收入（万元）	45	23.11	51.35
6、利润（万元）		-197.69	

资料来源：公司内部资料。

5. 图“标题”在图的下方，文中也需要提及，也需要标注来源；示例如下：

“当上述评价为员工带来持续的、正面的、充满积极性情感体验的幸福状态时，工作激情随之产生。所以，员工对工作或组织进行的情感与认知的评价是工作激情的产生机制。员工工作激情概念模型如图 1.2 所示：”

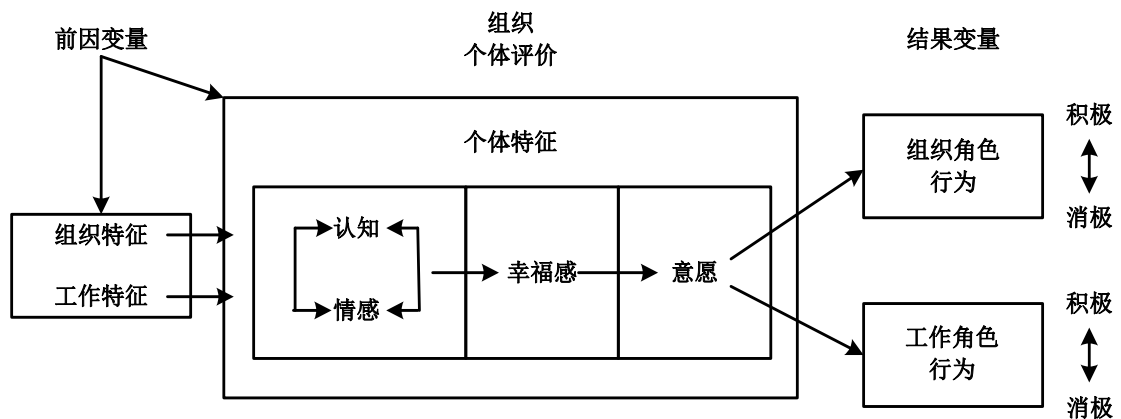


图 1.2 员工工作概念激情模型

来源：Zigarmi, D., Nimon, K., & Houson, D. Beyond engagement: Toward a framework and operational definition for employee work passion[J]. Human Resource Development Review, 2009, 8(3):300-326.

6. 案例研究的“典型事件描述”部分，需要尽可能详细地交代时间、地点、人物、事件、缘由等基本信息，故事的架构要突出“问题”，即突出“管理者的焦虑”、“决策难题”、或“公司亟待解决的问题”等；
7. 论文的“原因分析”部分，要结合“理论基础”部分的理论、问卷调查基础上的数据统计分析、二手数据分析、深度访谈基础上的资料分析、行业标杆对比分析等，揭示问题的深层次原因；
8. 论文的“对策建议”部分，结合问题“原因”分析，以及原因背后的理论等，提出对策建议；
9. 论文“对策建议”的提出与写作，是 MBA 论文“关键价值”所在；需要提出具体、切实可行的对策建议。

（九）正文格式问题

1. 务必高度重视格式问题，“格式问题”反映作者的“态度”和认真程度；
2. “外审”会因为格式问题认定论文“不合格”；
3. 常见的“低级”格式问题：
 - （1）首行不缩进 2 字符
 - （2）字体不按要求（中文宋体、英文和数字 Times New Roman）
 - （3）字号不按要求、不统一
 - （4）全文行距不统一
 - （5）对于逗号、分号等标点符号，中英切换不统一
 - （6）图表格式不规范
 - （7）正文参考文献引用格式不规范.....
4. 为了减少格式问题，建议用“Office Word”软件，不用“WPS”；实践中用 WPS 写作编辑的论文，经常因为不同软件切换造成格式问题。

（十）正文字数要求

1. 正文（从绪论到结束语）30000 字以上；
2. 实行工作量一票否决制。

（十一）参考文献引用与格式

1. 正文中引用采用“哈佛引注法”，即“作者（年份）”标注，具体示例如下：

正文不直接提及作者的引用：中国企业积极投资于体育赞助，是希望通过体育赛事赞助来提升品牌绩效（Cornwell & Kwon, 2019; Keller, 1998; Kim et al., 2015; 卢长宝, 2009; 徐玖平、朱洪军, 2008）。在众多提升企业品牌绩效的营销沟通策略中，体育赞助成为近年来日益受到重视的策略（Cornwell & Kwon, 2019; Demir & Söderman, 2015; Pope et al., 2009）。

正文直接提及作者的引用：Cornwell 和 Kwon（2001）基于摩托车赛事赞助的研究揭示，……类似地，Clark 等（2002）、Pruitt 等（2004）的研究揭示……

此处需要注意的问题：

（1）不直接提及作者的引用中，两位作者的表述是“Cornwell & Kwon, 2019”，三位及三位以上的作者是“Kim et al., 2015”；

（2）直接提及作者的引用中，两位作者的表述是“Cornwell 和 Kwon（2019）研究发现……”，三位及三位以上的作者，表述是“Clark 等（2002）的研究揭示……”

2. 正文采用“哈佛引注”，在正文后的“参考文献”列表中，需要按照作者姓名首字母（中文文献按作者姓名拼音）排序；示例如下：

- [1] 韩冰, 王良燕. 品牌负面事件的溢出效应及影响因素述评[J]. 心理科学, 2017, 40(01):193-199.
- [2] 张文彤, 董伟. SPSS 统计分析高级教程（第 2 版）[M]. 北京：高等教育出版社, 2015.
- [3] Borah, A., & Tellis, G. J. Halo (spillover) effects in social media: Do product recalls of one brand hurt or help rival brands[J]. Journal of Marketing Research, 2016, 53(2): 143-160.
- [4] Keller K L. Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity[M].

Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1998.

3. 参考文献需要 30 条以上，其中 5 条以上为“英文文献”，近 3-5 年的文献不少于 70%，其中近 3 年的占 30%以上；
4. 参考文献回避“低质量”期刊上的论文；
5. 参考文献获取及标注具体方法，可参考视频帮助文件：“中文参考文献获取与标注方法”、“英文参考文献获取与标注方法”（可向 MBA 教育办公室索取）。

辽宁大学 MBA 教育中心

2020 年 6 月 25 日