

**成人本科毕业论文(设计)**

**题目**: (**黑体；小二号；加粗；居中；固定值30磅行距**)

**院 系： （三号宋体，加粗，居中）**

**专业班级：** **（三号宋体，加粗，居中）**

**学生姓名：**  **（三号宋体，加粗，居中）**

**学 号：**  **（三号宋体，加粗，居中）**

**指导教师： （三号宋体，加粗，居中）**

完成日期**： 年 月 日**

**广州工商学院成人本科论文写作声明和使用授权说明**

**学位论文写作声明**

本人郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品或成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本声明的法律结果由本人承担。

 论文作者签名： 日期： 年 月 日

**学位论文使用授权说明**

本人完全了解广州工商学院关于收集、保存、使用学位论文的规定，即：按照学校要求提交学位论文的印刷本和电子版本；学校有权保存学位论文的印刷本和电子版，并提供目录检索与阅览服务；学校可以采用影印、缩印、数字化或其它复制手段保存论文；在不以赢利为目的的前提下，学校可以将学位论文编入有关数据库,提供网上服务。（保密论文在解密后遵守此规定）

 论文作者签名： 导师签名：

 日期： 年 月 日

**空一行**

**基于价格质量矩阵的广告研究**

**（题目用小二号黑体加粗，居中，段前后各空一行）**

# 内*X*容*X*摘*X*要

**（“内容摘要”用小三号黑体加粗，居中，下空一行）**

价格质量关系，国内外研究学者早就注意到了且一直都在研究。菲利普.科特勒基于“定价战略与方案”提出的价格质量矩阵模型是其典型代表，细分了产品和消费者市场，指导了价格政策、定价方法的制定，完善了市场营销管理。直到现在，价格质量关系还在尝试着在新的领域的研究。随着广告业的迅猛发展，对价格质量矩阵战略模型进行传播机理分析和广告策略设计，是价格质量关系在广告传播领域作出的科学的市场定位，也是本课题的突破点和创新点。论文首先在理论上从层面结构解析了价格质量矩阵模型，紧接着在实践上，以价格、质量、成本三者的关系为基点，通过价格质量矩阵模型对广告公司和消费者的影响，进行现实性调研分析。理论与实践相结合，剖析了矩阵模型的传播机理，指导价格质量关系在传播领域中的应用。论文在价格质量矩阵模型的理论与实践意义基础上，依价格质量的高低不同，对矩阵模型中的四种不同战略，进行广告策略设计。每种战略的广告策略设计依据产品价格质量不同，分别从产品特点分析、营销战略决策制定和广告战略决策制定而进行设计。矩阵模型的广告策略设计对产品在广告市场进行科学的定位和细分具有重要的指导意义。（摘要内容用小四号宋体，段落行距20磅，段后空一行写关键词）

**关键词**：价格质量矩阵模型；定位；战略；关系；广告策略设计（“**关键词**”三个字用小三号黑体加粗，关键词内容用小四宋体，关键词间用分号隔开）

**（空一行）**

 **目*XXXX*录（黑体小二加粗居中，中间空4格）**

**（空一行）**

[内容摘要](#_Toc20269) I

[一、绪论 1](#_Toc3338)

[（一）问题的提出 1](#_Toc6726)

[（二）本论文相关的国外研究动态 1](#_Toc23775)

[1. 菲利普·科特勒的价格—质量战略 1](#_Toc15644)

[2. 罗伯特·J·多兰和赫尔曼·西蒙的价格质量四象限图 1](#_Toc12155)

[3. 菲利普·科特勒产品线的双向扩展战略 1](#_Toc15759)

[（三）本论文相关的国内研究动态综述 1](#_Toc18541)

[1. 定价战略层面上的价格质量研究 1](#_Toc6769)

[2. 价格博弈论和价格战略的提出 1](#_Toc22206)

[3. 心理学层面上的价格质量研究 1](#_Toc11322)

[（四）论文的创新点及理论和实践意义 1](#_Toc26700)

[（五）论文主要研究内容与组织结构 1](#_Toc11122)

[二、价格质量矩阵与广告的关系 2](#_Toc13595)

[（一）质量的概念及其对广告的意义 2](#_Toc13122)

[1. 质量导向顾客需求，满足顾客价值 2](#_Toc27162)

[2. 质量是企业产品的“无形的因素”，具有看不见的吸引力 2](#_Toc27034)

[3. 质量是销售的第一要素，是品牌的生命 2](#_Toc5936)

[（二）价格的制定与广告的作用 2](#_Toc410)

[1. 购买者的沟通 2](#_Toc17036)

[2. 竞争工具 2](#_Toc12822)

[3. 增加利润 2](#_Toc29577)

[（三）价格质量矩阵模型的广告含义 2](#_Toc18800)

[三、价格质量矩阵的影响力分析 2](#_Toc22952)

[（一）价格质量矩阵对广告公司的影响 2](#_Toc4390)

[（二）价格质量矩阵对消费者的影响 3](#_Toc6256)

[四、价格质量矩阵的传播机理分析 3](#_Toc1715)

[五、基于价格质量矩阵的广告策略设计 3](#_Toc18228)

六、[结论 3](#_Toc23749)

[（一）洞察深的研究课题 3](#_Toc27654)

[（二）价格质量矩阵模型的广告策略设计是其在广告领域的突破 3](#_Toc3795)

[（三）论文尚待完善与补充研究的地方 3](#_Toc13166)

[参考文献 5](#_Toc29331)

[致谢 6](#_Toc19912)

[附录 7](#_Toc12285)

# 空一行

# 一、绪*X*论（小三号黑体加粗，居中）

**空一行**

## （一）问题的提出（四号黑体，首行缩进两字符）

一项对36个项目研究的分析结果表明，价格被一致认为是强有力的质量线索。……基于价格质量矩阵原理，本课题期望进行有益探索。（小四号宋体，首行缩进两字符，正文内容段落行距为20磅）

## （二）本论文相关的国外研究动态

与本论文相关的国外研究，……，主要集中在以下几个方面。

### 1. 菲利普·科特勒的价格—质量战略（小四号黑体，首行缩进两字符）

美国营销学家菲利普·科特勒博士……。（小四号宋体，首行缩进两字符）

### 2. 罗伯特·J·多兰和赫尔曼·西蒙的价格质量四象限图

美国罗伯特·J·多兰和赫尔曼·西蒙所著……。

### 3. 菲利普·科特勒产品线的双向扩展战略

菲利普·科特勒在阐述……。

## （三）本论文相关的国内研究动态综述

国内有关价格质量关系的理论研究主要集中在……。

### 1. 定价战略层面上的价格质量研究

曾繁正、罗锐韧主编的《市场营销管理》一书……。

### 2. 价格博弈论和价格战略的提出

国内研究学者就价格研究也达到了一定的深度。……。

### 3. 心理学层面上的价格质量研究

根据功利心理原理[[1]](#footnote-0)，……。

## （四）论文的创新点及理论和实践意义[[2]](#footnote-1)

将价格质量关系矩阵模型应用于广告传播领域，……。

## （五）论文主要研究内容与组织结构

第一部分……。

第二部分……。

第三部分……。

第四部分……。

最后部分是结论，它……。

# 空一行

# 二、价格质量矩阵与广告的关系

**空一行**

## （一）质量的概念及其对广告的意义

质量（quality）……它主要体现在以下三个方面：

### 1. 质量导向顾客需求，满足顾客价值

显然，这是一个顾客导向的质量定义，……

### 2. 质量是企业产品的“无形的因素”，具有看不见的吸引力

### 3. 质量是销售的第一要素，是品牌的生命

## （二）价格的制定与广告的作用

当一个企业开发或者获得一种新产品时，……。

### 1. 购买者的沟通

### 2. 竞争工具

### 3. 增加利润

## （三）价格质量矩阵模型的广告含义

这个价格质量矩阵战略模型主要由以下三个层面构成：

 价 格

高 低

|  |  |
| --- | --- |
| 溢价战略高 低产 品 质 量质量 | 超值战略 |
| 骗取战略 | 经济战略 |

 图2-1 价格—质量战略模型（表格标注为五号黑体，表格中内容5号宋体）

# （空一行）

# 三、价格质量矩阵的影响力分析

**（空一行）**

## （一）价格质量矩阵对广告公司的影响

随着经济的发展，……

表 3-1 广告公司代理产品调查

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  项目产品类型 | 所占比率 | 代理服务内容及重点 |
| 高质量高价格 | 45% | 比较全面的全方位服务：市场调查、销售、策划、媒介选择、撰稿、设计及广告执行等，强调品牌形象塑造 |
| 高质量低价格 | 30% | 较全面服务代理，强调价格便宜，经济实惠 |
| 低质量低价格 | 20% | 促销方式多样化，增加产品重复购买率，薄利多销 |
| 低质量高价格 | 5% | 强调产品售后服务 |

（表格标注为五号黑体，表格中内容5号宋体，表体的上下端线一律使用粗实线（1.5磅），其余表线用细实线（0.5磅），表的左右两端不应封口（没有左右边线））

## （二）价格质量矩阵对消费者的影响

# （空一行）

# 四、价格质量矩阵的传播机理分析

（空一行）

...................略

（空一行）

# 五、基于价格质量矩阵的广告策略设计

（空一行）

...................略

# （空一行）

# 六、结*X*论

（空一行）

## （一）洞察深的研究课题

................略

## （二）价格质量矩阵模型的广告策略设计是其在广告领域的突破

 ...............略

## （三）论文尚待完善与补充研究的地方

 ...............略

# （空一行）

# 参考文献（小三号黑体加粗）

**（空一行）**

[1] 高曙明. 自动特征识别技术综述[J]. 计算机学报, 1998, (3): 281-288.（参考文献中文用5号宋体）

[2] 刘勇, 康立山, 陈毓屏, 等. 非数值并行算法（第二册）[M]. 北京: 科学出版社, 1998.

[3] 王承绪, 徐辉, 陈毓屏, 等. 中国高等教育发展战略—中英高等教育学术讨论会论文集[C]．南京东南大学出版社，2001．468-471．(三位以上作者，只注明前三位作者，然后用等 )

[4] James, Jean M. (trans.) Rickshaw[Z]. by Lao She. Honolulu: Unviersity of Hawaii Press, 1979.

[5] Frieden, Bernard J, and Lynne B. Sagalyn. Downtown Inc.: How America Rebuilds Cities [M]. Cambridge: MIT. 1989. （参考文献中英文用5号Time New Roman字体）

[6] Frieden, Bernard J, Brooks. et al. Streetwise[A]. The New Urban Landscape[C]. Ed. Richard Martin New York: Rizzoli, 1990: 38-39. (三位以上作者，只注明前三位作者，然后用et al. )

（所有标点符号采用英文半角符号，并在标点符号后空一格，所有参考文献悬挂缩进2个字符）

# （空一行）

# 致*XX*谢（小三号黑体加粗居中，中间空两格）

**（空一行）**

本文是在XXX老师的精心指导下完成的。论文从选题到完成的整个过程中，得到了X老师的热情帮助和精心指导。X老师严谨的治学态度、渊博的专业知识、敏锐的学术眼光、精益求精的精神给我留下了深刻的印象，并对我的学习和工作产生极大地促进作用。在论文完成之际，我要感谢X老师对我在四年学习和生活中的关心和教诲，特向X老师表示深深的敬意和感谢！

在此，还要感谢XXX、XXX等老师在四年的学习中给我的帮助和支持。他们所讲授的《广告策划》、《媒体研究》等课程给我思想的启迪，从他们所讲授的课程中我学到了广告策略设计和媒体分析的方法，这些方法在我研究的过程中发挥了巨大的作用，使我能够顺利完成课题的研究和论文的写作。衷心感谢XXX、XXX给予的帮助！同时我还要感谢XXX、XXX无微不至的关怀！感谢XXX老师、XXX老师等所有任课老师的精心授业和教辅人员的辛勤工作！

本文在写作过程中参考了大量的文献资料，主要文献资料已开列出来，本文的有些句子或段落引自这些参考文献。在此向所有的作者表示深深的感谢！

课题在研究过程中开展了一些调查活动，其中部分调查活动是由我的朋友协助完成，在此对我的朋友以及接受了课题调查的所有公司和消费者一并表示感谢！

# （空一行）

# 附*XX*录（小三号黑体加粗，中间空两格）

**（空一行）**

1. 原理。。。。。。。。 [↑](#footnote-ref-0)
2. 意义，，，，，，， [↑](#footnote-ref-1)