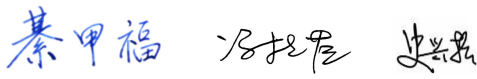



# 对外经济贸易大学

## 博士科研文献学术水平认定申请表

博士生姓名：张雪遥	学院：外语学院	专业：德语语言文学
学号：202000710115	导师：潘亚玲教授	字数：28117 字
文献题目：在德中资新能源汽车企业跨文化品牌建构研究的文献综述		
<p><b>文献摘要及与学位论文的相关度描述：（500 字以内）</b></p> <p>本文围绕“跨文化品牌建构”进行研究，系统回顾和梳理了国内外学者对于跨文化品牌建构研究的发展及现状，并对在德中资新能源汽车企业的跨文化品牌建构相关研究进行了归纳总结。归纳发现，以往的在德中资企业的跨文化品牌建构研究，在研究视角上缺乏整合企业、消费者、消费者和企业关系的系统性分析视角；在学科基础上缺少结合市场营销和跨文化交际的“跨学科性”；在研究对象上较少涉足新能源汽车企业行业；在研究方法上较少采用质性和量化研究结合的混合研究方法。同时，本研究还明确了跨文化品牌建构中的两个核心概念及其关系，并将学界研究跨文化品牌建构的理论模型归纳为企业视角、消费者视角以及企业与消费者品牌沟通视角。通过回顾“跨文化品牌建构”、“在德中资企业的跨文化品牌建构”和“在德中资新能源汽车企业的跨文化品牌建构”主题的相关文献，以及品牌建构的核心概念和理论模型，本文识别出了现有研究的不足，并且在此基础上指出学位论文的预期研究方向：使用多主体的系统分析视角、依靠跨学科理论基础以及混合研究方法，以新能源汽车企业为例，对在德中资企业的跨文化品牌建构进行深入研究。</p>		
<p><b>三位同行专家认定意见</b></p> <p>张雪遥撰写的《在德中资新能源汽车企业的跨文化品牌建构研究的文献综述》围绕其博士论文主题，对国内外关于品牌建构、跨文化品牌建构和在德中资企业跨文化相关研究的成果进行了系统全面的介绍和梳理，并通过批判性的分析发现以往研究尚存的不足，突出了其拟通过多主体的分析视角、在跨学科理论基础上、应用混合研究方法进行的“在德中资新能源汽车企业的跨文化品牌建构研究”的必要性和现实意义。</p> <p>张雪遥的文献综述引证丰富，内容详实，显示出较强的跨学科视野和创新思维，且全面清晰地呈现了国内外相关研究现状，该文献综述可为其博士论文相关研究奠定良好的基础，符合文献综述的撰写要求，也体现出作者对与其博士论文研究主题相关的国内外前期研究成果有较为全面的掌握和理解，同时体现出了她较高的学术研究水平，达到了学术水平认定标准，同意认定。</p> <p><b>同行专家签字：</b></p> <p></p> <p><b>签字日期：2022 年 6 月 27 日</b></p>		
<p><b>导师认定意见</b></p> <p>经本人及同行专家鉴定，该科研文献已达到学术水平认定标准，建议进行博士申请学位科研成果折算。</p> <p></p> <p><b>导师签字：</b></p> <p><b>签字日期：2022 年 6 月 28 日</b></p>		
<p><b>培养单位审核意见</b></p> <p><b>主管院领导签字：</b></p> <p><b>签字日期：</b>      年    月    日</p>		