

۱- در بخش بیان مسئله بطور مشخص بیان شود که شرکت مورد پژوهش با چه مسئله ای در خصوص برندسازی مواجه است و عدم استفاده از خودبرندی چه آثار سوئی بر برندسازی بر جای گذاشته و پژوهش حاضر چه کمکی می تواند بر رفع آن مسئله داشته باشد.

۲- در بخش "اهمیت مسئله" می بایستی پژوهشگر بیان نماید در صورتیکه خودبرندی و وفاداری برند به وجود آید چه آثار مثبت و در صورت نبود آن چه آثار منفی را بر برند خواهد داشت.

۳- مقالات پایه خارجی که استفاده شده ضمیمه پروپوزال گردد.

۴- یکی از منابع مورد استفاده در پژوهش استفاده از سایت های تخصصی [emerald](http://emerald), [science direct](http://science direct), [elseveir](http://elseveir) می باشد که می بایستی از این سایت ها در انجام پژوهش استفاده گردد. در متن صراحتاً اعلام شود.

۵- در پروپوزال چارچوب نظری اضافه شود چرا که مدل تحقیق استخراج شده از مبانی نظری و پیشینه تحقیق می باشد.

۶- تعداد جامعه آماری اعلام شده محدود و کم می باشد و چندین شرکت برند در زمینه پوشاک در نظر گرفته شود روش نمونه گیری مشخص نیست ضمناً جامعه آماری می بایستی افراد متخصص و آگاه در حوزه برند باشد و هر کسی نمی تواند پژوهشگر را در انجام پژوهش کمک نماید.