

- ۱- عنوان تحقیق طولانی و دارای ابهام است "تاثیر قابلیت های بازاریابی از خارج"؟ و می بایستی مختصر، وبدون ابهام و مشخص ارائه شود. و در عنوان اعلام شود (مورد مطالعه شرکت ایران خودرو)
- ۲- در بخش جامعه آماری عنوان شده که ایران خودرو جامعه آماری پژوهش هست و تعداد مدیران آن ۹۵ نفر می باشد در حالی که تعداد مدیران ایران خودرو بسیار بیشتر از آن باید باشد.
- ۳- در بخش بیان مسئله بطور مشخص بیان شود که شرکت ایران خودرو با چه مسئله ای در خصوص موضوع پژوهش مواجه است و چه آثار سونئی بر عملکرد شرکت مذکور بر جای گذاشته و پژوهش حاضر چه کمکی می تواند بر رفع آن مسئله داشته باشد.
- ۴- در بخش "اهمیت مسئله" می بایستی پژوهشگر بیان نماید در صورتیکه محیط خودرو سازی کشور غیررقابتی و انحصارگونه است طرح تحقیق حاضر چه معنایی می تواند داشته باشد و آیا طرح این موضوع منطقی است و قابل عملیاتی شدن می باشد.
- ۵- تاثیر قابلیت های بازاریابی بر عملکرد یک امر بدیهی است بمنظور اینکه نتایج پژوهش برای شرکت ایران خودرو قابل استفاده باشد می بایستی وضعیت آن مورد بررسی قرار گرفته و مشخص شود که آیا قابلیت بازاریابی و ارتباط آن با نوآوری در شرکت وجود دارد یا خیر و چه میزان هست و در چه زمینه هایی. تا بر اساس آن راهکارهایی برای بهبود آنها ارائه نمود.
- ۶- در بخش هدف اصلی یکی از اهداف بررسی وضعیت قابلیت های بازاریابی و نوآوری در نظر گرفته شود.
- ۷- در بخش تعاریف علاوه بر تعریف مفهومی، تعریف عملیاتی بطور صینی و مشخص آورده شود.
- ۸- در بخش مدل تحقیق، فرایند انتخاب مدل تحقیق بطور مشخص تشریح شود و عنوان شود چگونه به مدل رسیده اند و منابع خارجی آن ضمیمه شود.
- ۹- مقالات پایه خارجی که استفاده شده ضمیمه پروپوزال گردد.
- ۱۰- یکی از منابع مورد استفاده در پژوهش استفاده از سایت های تخصصی **emerald, science direct, elseveir** می باشد که می بایستی از این سایت ها در انجام پژوهش استفاده گردد. در متن صراحتاً اعلام شود.
- ۱۱- از منابع خارجی ۲۰۱۵ به بعد نیز بیشتر استفاده شود ضمناً منابعی که در تدوین پژوهش استفاده نشده درج نگردد.
- ۱۲- در فرم پروپوزال چارچوب نظری اضافه شود چرا که مدل تحقیق استخراج شده از مبانی نظری و پیشینه تحقیق می باشد.