

香港城市大學商學院市場營銷學系
學生專欄
《星島日報・教育版》

報章：星島日報
版面：教育版內「大學版」
專欄：城市學子手記
文章編號：8

Blog 主簡介：



邵葆茵為香港城市大學市場營銷學系二零一零年畢業生，於二年級時曾擔任 **Strategic Marketing Committee** 的 **Marketer**，為學系舉辦對外對內的宣傳活動，並於同年獲得積極學習獎；於三年級下學期時，曾為英國保誠保險有限公司(香港)完成顧問研究報告，且奪得冠軍殊榮，同年亦獲得市場營銷學系社會服務獎及專業進步獎。

讀者如有任何意見，歡迎於學系的 **facebook** 專頁 (於 **facebook** 搜尋器輸入 **Department of Marketing**) 留言。

文章內容

標題：顧問研究報告 為投身商界作好準備

大學生涯對我來說就是要為將來的事業「鋪路」，而這正是我選讀香港城市大學市場營銷學系的主要原因。大學三年級時，我分別為兩間不同的商業機構完成顧問研究報告，過程雖然艱辛，但卻獲益良多。

參與研究報告 體驗商界實戰

我相信讀市場營銷學系的同學很多時都需要就一些虛構或現存的公司作自定或老師規定題目的研究報告，但並不需要向真實的商業機構匯報。

我在大學三年級時所做的顧問研究報告則是為真實商業機構所做。在過程中，我們需就商業機構所提出的題目，作出市場研究分析，並提出專業的市場營銷策略建議。我們會跟公司代表會面，了解公司需要，然後進行不同的調查，包括問卷調查，研討會及深度探訪等等，最後便向公司匯報調查結果和提出建議。

在為商業機構進行研究和構思解決方案時，我所學過的研究及行銷知識得到應用，同時在向公司會面及匯報時亦會學到洽商技巧，這都是一般功課所不能做到的。

接觸商業機構 提高商業觸角

透過為真實商業機構進行市場研究，讓我明白在校內做功課的準則跟在社會上工作的準則差異很大。

日常的校內功課，老師都會要求學生多做資料搜集，並逐一研究分析，好讓老師知道學生是否真正明白所學習的課題和技巧，但商業機構要求的卻是「**Work Smart**」而非「**Work Hard**」。勤力固然重要，但不可以把所有的資料都一併放到報告內，要精明地選取材料，提供精簡而有用的建議才是致勝之道。此外，校內功課可能只要求創意和基本可行性之配合，並不需要顧及公司的內部限制，但在商界提出建議，「可行」的意思就是要因應公司的真實情況和限制而擬定。礙於每間公司也會有既定的理念和運作方向，我們必須找出平衡點，學會提出既有創意而又不會違背公司本身方針的可行策略。

跟真實商業機構合作，令我更清楚什麼是真正「可行」的建議。

學習團隊合作 增強溝通能力

此外，研究報告是以小組形式進行的，所以也讓我學到如何跟不同的人合作。每個人也會有自己的長短處，有些同學可能寫作能力較強，有些則分析力較強，所以我們必須就個人的長短處作出合適的分工，互補不足，令大家的能力發揮到最好。

經過兩個顧問研究報告，令我更明白商業社會的運作，亦增強了我各方面的技能。「實戰」除了可以豐富我的大學生活，更可提高我的商業觸角以及競爭能力，所以在此都提提同學，如果學校能提供實戰機會給你，便應投入去學去做，這才會讓你在短暫的大學生活中得到最多，為將來發展「鋪路」！

Remark:

文章刊載於二零一一年三月八日-星島日報 (文章內容或與正文略有不同)