

<<传统制造企业电子商务运营研究>>

图书基本信息

书名：<<传统制造企业电子商务运营研究>>

13位ISBN编号：9787308102896

10位ISBN编号：7308102890

出版时间：2012-12

出版时间：浙江大学出版社

作者：董新平

页数：234

字数：286000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<传统制造企业电子商务运营研究>>

内容概要

《传统制造企业电子商务运营研究》力图抓住传统企业触电电子商务的现实问题进行系统研究。在思路和视角方面有如下几个特色。

以企业的电子商务问题为研究视角，具有更好的实用性。

以传统企业触电电子商务的流程和内容为主线，强调传统企业开展电子商务该重点做好哪些工作，如何开展工作，弱化“重电子”或“重商务”的争论。

详细介绍传统企业开展电子商务的需求、团队、技术、产品、渠道、客户资源、品牌等基本知识及实现。

《区域发展与服务贸易丛书：传统制造企业电子商务运营研究》选择传统制造企业作为研究对象进行分析，以挖掘所有传统企业的电子商务运营理论及实践规律，有利于我国整个传统产业的电子商务发展道路问题探索。

<<传统制造企业电子商务运营研究>>

作者简介

董新平，男，1973年5月出生，湖北新洲人。

2007年4月调入浙江大学宁波理工学院工作，现为电子商务与产业经济研究所所长，讲师，博士在读。主要研究方向为企业电子商务、技术创新、产业经济，在各类核心期刊上发表论文10多篇，参编教材或专著2部，曾获省科技进步三等奖。

近几年来主持和参与省、市等各类纵横向课题20余项。

叶彩鸿，女，1974年3月生，浙江宁海人。

2007年毕业于华中科技大学管理学院，获博士学位，现为宁波大学海运学院教师。

主要研究方向为港口与物流管理、电子商务。

在各类核心期刊上发表论文10多篇。

近几年主持与参与省、市各类纵向研究课题多项。

林承亮，男，1975年12月生，浙江宁波鄞州人，浙江大学经济学院经济学博士，副教授。

2002年4月调入浙江大学宁波理工学院工作，现任经济与贸易分院副院长，兼任宁波市区域创新发展研究中心主任、宁波市服务外包研究中心副主任、宁波市软科学研究会常务理事、浙江省经济学会常务理事等。

主要研究方向为产业经济学、技术创新、服务经济理论，在《世界经济》、《科学学研究》等各类期刊上发表论文16篇，出版专著2部，获浙江省省教育厅高校优秀科研成果一等奖、浙江省第十二届哲学社会科学优秀成果三等奖各一项。

近五年来主持和参与国家、省、市等各类纵横向课题40余项。

<<传统制造企业电子商务运营研究>>

书籍目录

第一章 绪论

- 一、选题的背景及意义
 - (一)企业进军电子商务的目的：创业VS渠道？
 - (二)电子商务——传统制造业转型升级的最佳路径
- 二、国内外文献综述
 - (一)电子商务对企业经营管理的影响
 - (二)企业电子商务价值链问题
 - (三)企业电子商务采纳问题
 - (四)典型行业的电子商务发展应用
 - (五)中小企业的电子商务发展
 - (六)地区电子商务发展战略
 - (七)具体企业的电子商务解决方案
- 三、研究思路
 - (一)研究对象的界定
 - (二)研究方法
 - (三)创新点

第二章 传统制造企业电子商务运营理论的基本范畴

- 一、企业电子商务的基本范畴
 - (一)理解企业电子商务
 - (二)企业电子商务与电子商务企业的联系与区别
 - (三)企业电子商务的特征
 - (四)企业电子商务流程再造
 - (五)企业电子商务生态系统
- 二、运营理论及其应用
 - (一)运营及运营理论
 - (二)企业运营与运营管理探究
- 三、运营理论在传统制造企业电子商务实践中的应用
 - (一)传统制造企业电子商务运营内涵
 - (二)传统制造企业电子商务运营的现状
 - (三)传统制造企业电子商务运营概念模型

第三章 如何确定传统制造企业电子商务需求

- 一、电子商务需求研究述评及传统制造企业的电子商务需求的本质
 - (一)企业电子商务需求研究述评
 - (二)传统制造企业电子商务需求的本质
- 二、传统制造企业电子商务需求分析的主要内容
 - (一)商务定位需求
 - (二)投入规模需求
 - (三)网站功能需求
 - (四)项目管理需求
 - (五)研发设计需求
 - (六)其他需求
- 三、传统制造企业电子商务需求分析的任务
 - (一)明确角色定位
 - (二)构建需求分析引导概念模型
 - (三)学会基本的需求引导方法

<<传统制造企业电子商务运营研究>>

(四)研究应用现代的需求分析引导方法

(五)做好需求协商及复审

第四章 传统制造企业电子商务项目团队的组建及管理

一、传统制造企业电子商务业务的特征及对员工的要求

(一)传统制造企业电子商务业务的特征

(二)传统制造企业电子商务业务对员工的要求

二、如何组建传统制造企业电子商务项目团队

(一)组建原则

(二)组建方式与路线探讨

三、如何管理传统制造企业电子商务项目团队

(一)科学设计项目团队的组织结构

(二)注重项目团队领导的选择与培养

(三)搞好项目团队的任务分工

(四)提高项目团队的沟通能力

(五)促进项目团队的知识共享

(六)优化项目团队的考核评价

第五章 选择合适的传统制造企业电子商务技术路线

一、传统制造企业发展电子商务的技术环境分析

(一)企业电子商务技术基础

(二)传统制造企业发展电子商务所面临的技术抉择

二、传统制造企业发展电子商务所面临的技术环境及可能的方案

(一)网络平台运行环境分析及选择

(二)企业的“硬”技术方案选择设计

(三)企业的“软”技术方案选择设计

(四)网页制作技术及网站建设

三、传统制造企业发展电子商务的技术选择及实现

(一)传统制造企业电子商务系统的接入方式、服务器方案及域名设计

(二)传统制造企业电子商务系统软硬件运行环境的配置实现

(三)传统制造企业网页设计及网站建设方案选择

第六章 选择设计适宜的传统制造企业网络产品

一、网络产品特征及电子商务运营模式

(一)畅销网络产品特征分析

(二)网络产品的电子商务运营模式

二、网络产品理论初探

(一)产品理论变迁：从技术质量中心向产品设计中心的转变

(二)网络产品的界定及网络产品结构理论

(三)现代产品理论在网络产品设计中的应用

三、面向网络用户的传统制造企业产品设计理念及其实现

(一)紧扣网络时代脉搏

(二)体现网络社会人性关怀

(三)迎合网民个性化需求

(四)崇尚网络绿色文明

(五)满足网络时尚心理

四、传统制造企业网络产品图片及文字艺术

(一)传统制造企业网络产品图片拍摄技术

(二)传统制造企业网络产品文字润色

(三)传统制造企业网络产品图片及文字艺术实现技巧

<<传统制造企业电子商务运营研究>>

第七章 分析设计科学的传统制造企业电子商务营销渠道

- 一、传统制造企业电子商务营销渠道类别
 - (一)营销渠道的内涵及功能
 - (二)网络营销与传统营销的关系
 - (三)电子商务背景下传统制造企业营销渠道类别及模式
- 二、传统制造企业电子商务营销渠道冲突
 - (一)营销渠道冲突案例
 - (二)传统制造企业电子商务营销渠道冲突的类型
 - (三)传统制造企业电子商务营销渠道冲突的解决策略
- 三、传统制造企业电子商务营销渠道整合
 - (一)整合原则
 - (二)基于阶段的整合策略及实现方法

第八章 传统制造企业电子商务物流与支付运作

- 一、传统制造企业电子商务物流运作
 - (一)传统制造企业电子商务物流模式选择需要考虑的因素
 - (二)企业电子商务物流模式分析
 - (三)基于B2B和B2C的传统制造企业物流模式选择及实施
- 二、传统制造企业电子商务支付运作
 - (一)企业网络支付模式分析
 - (二)传统制造企业网络支付工具选择及技术实现
 - (三)传统制造企业网络支付安全管理

第九章 高效开发传统制造企业网络客户资源

- 一、传统制造企业网络客户资源
 - (一)客户是传统制造企业电子商务的核心资源
 - (二)电子商务背景下传统制造企业客户资源类别及其特征
- 二、传统制造企业网络客户资源的开发
 - (一)传统制造企业网络客户资源开发与传统线下客户资源开发方法比较
 - (二)基于数据挖掘的传统制造企业网络客户资源开发
 - (三)基于客户粘连的传统制造企业网络客户资源开发
- 三、传统制造企业网络客户资源维护
 - (一)传统制造企业网络客户资源维护对客服的要求
 - (二)基于网络生态的传统制造企业网络客户沟通艺术

第十章 有效培育传统制造业网络品牌

- 一、网络品牌理论演进
 - (一)品牌的基本理论
 - (二)网络品牌对传统品牌理论的挑战及经济学探源
 - (三)传统制造业的网络品牌与线下品牌
- 二、传统制造企业网络品牌的特征及形成机理
 - (一)传统制造企业网络品牌的特征
 - (二)传统制造业网络品牌的形成机理
- 三、传统制造企业网络品牌形象设计
 - (一)网络品牌理念识别设计
 - (二)网络品牌行为模式设计
 - (三)网络品牌视觉效果设计
 - (四)网络品牌听觉要素设计
 - (五)网络品牌文本表述设计
- 四、传统制造企业线上线下双轨品牌建设策略与危机应对

<<传统制造企业电子商务运营研究>>

(一)传统制造企业线下线上双轨品牌建设策略

(二)传统制造企业线下线上双轨品牌建设中的危机事件

(三)传统制造企业的品牌危机管理

参考文献

<<传统制造企业电子商务运营研究>>

编辑推荐

《区域发展与服务贸易丛书:传统制造企业电子商务运营研究》从企业电子商务运营基本理论出发,按照传统企业开展电子商务工作的流程与内容,研究提出了一整套理论体系,包括企业电子商务需求、策划、论证、技术实施、团队组建、流程构建、客户资源开发、业务拓展、系统集成等内容。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>