

<<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、传统制造企业线下线上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)传统制造企业线上线下双轨品牌建设策略

(二)传统制造企业线上线下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>