

图书基本信息

书名：<<中国互联网协会全国大学生网络商务创新应用大赛优秀案例选辑4>>

13位ISBN编号：9787111396109

10位ISBN编号：7111396103

出版时间：2012-9

出版时间：机械工业出版社

作者：李江予 编

页数：265

字数：432000

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>

内容概要

本书内容包括“建行‘e路通’杯2010—2011(第四届)全国大学生网络商务创新应用大赛”中参赛学生的14个典型案例。

各案例都体现了不同的商业领域、问题领域及其网络商务策略,包括参赛大学生对参赛项目的选择过程、团队组建与协作、方案设计及实施过程、大赛期间遇到的问题以及指导教师和企业专家的一些点评意见。

这些案例展示了参赛大学生针对特定的商业问题和需求寻求以网络应用为主要解决方案的过程,这些都是参赛团队与指导老师、合作企业共同努力的结果。

《中国互联网协会全国大学生网络商务创新应用大赛优秀案例选辑(4电子商务及经管类专业实践教学创新系列教材)》适合作为普通高校、各类职业院校相关专业实践实习的教材,也可以作为大学生拓展自己职业发展能力与创业能力的教材。

本书对于众多正在探索专业建设和专业实践模式、提高与企业合作能力的高校很有启示意义。

对于正在寻求变革、拓展市场、提升竞争能力的企业,也可以通过对本书的思考和探索来深度借鉴基于网络的业务创新与业务变革模式。

书籍目录

大赛寄语

前言

第1章 大赛概述

- 1.1 大赛背景与简介
- 1.2 大赛组织机构
- 1.3 赛事设置及其说明
- 1.4 适宜参赛的高校及专业
- 1.5 大赛日程

第2章 基于CEMD的建行网银高校市场细分建模及应用

- 2.1 团队介绍
- 2.2 选题经过
- 2.3 方案
 - 2.3.1 简介
 - 2.3.2 正文
- 2.4 竞赛结果
 - 2.4.1 实施结果
 - 2.4.2 名次结果
- 2.5 方案点评
- 2.6 获奖感言

第3章 和讯财经微博的卡通形象设计与推广方案

- 3.1 团队介绍
- 3.2 选题经过
- 3.3 方案
 - 3.3.1 简介
 - 3.3.2 正文
- 3.4 竞赛结果
 - 3.4.1 实施结果
 - 3.4.2 名次结果
- 3.5 方案点评
- 3.6 获奖感言

第4章 海尔产品的校园推广

- 4.1 团队介绍
- 4.2 选题经过
- 4.3 方案
 - 4.3.1 简介
 - 4.3.2 正文
- 4.4 竞赛结果
 - 4.4.1 实施结果
 - 4.4.2 名次结果
- 4.5 方案点评
- 4.6 获奖感言

第5章 遗落的那段曲调——传唱青阳腔

- 5.1 团队介绍
- 5.2 选题经过
- 5.3 方案

- 5.3.1 简介
- 5.3.2 正文
- 5.4 竞赛结果
- 5.5 方案点评
- 5.6 获奖感言
- 第6章 凡客校园服务站, 点亮时尚精彩
 - 6.1 团队介绍
 - 6.2 选题经过
 - 6.3 方案
 - 6.3.1 简介
 - 6.3.2 正文
 - 6.3.3 对VANCL未来的展望和建议
 - 6.4 竞赛结果
 - 6.4.1 实施结果
 - 6.4.2 方案亮点
 - 6.4.3 名次结果
 - 6.5 获奖感言
- 第7章 “敦煌网” 新型利润源泉——区域物流业务的拓展
 - 7.1 团队介绍
 - 7.2 选题经过
 - 7.3 方案
 - 7.3.1 简介
 - 7.3.2 正文
 - 7.4 竞赛结果
 - 7.4.1 实施结果
 - 7.4.2 名次结果
 - 7.5 获奖感言
- 第8章 优贝童车青岛市场发展方案
 - 8.1 团队介绍
 - 8.2 选题经过
 - 8.3 方案
 - 8.3.1 简介
 - 8.3.2 正文
 - 8.4 竞赛结果
 - 8.4.1 实施结果
 - 8.4.2 名次结果
 - 8.5 获奖感言
- 第9章 潍坊—台湾地方文化网络推广
 - 9.1 团队介绍
 - 9.2 选题经过
 - 9.3 方案
 - 9.3.1 简介
 - 9.3.2 正文
 - 9.4 竞赛结果
 - 9.4.1 实施结果
 - 9.4.2 名次结果
 - 9.5 方案点评

9.6 获奖感言

9.7 附件

9.7.1 附件1

9.7.2 附件2

第10章 牵手建行“e路通”，网购安全又轻松

10.1 团队介绍

10.2 选题经过

10.3 方案

10.3.1 简介

10.3.2 正文

10.4 竞赛结果

10.4.1 实施结果

10.4.2 名次结果

10.5 方案点评

10.6 获奖感言

第11章 扩大网盛生意宝中小企业影响力推广方案

11.1 团队介绍

11.2 方案

11.2.1 商业问题背景——公司概况

11.2.2 竞争分析

11.2.3 企业定位

11.2.4 网络推广

11.2.5 网络平台交互应用

11.3 竞赛结果

11.3.1 实施结果

11.3.2 名次结果

11.4 获奖感言

第12章 钨资源再生利用的网络营销与策划方案

12.1 团队介绍

12.2 选题经过

12.3 方案

12.3.1 简介

12.3.2 正文

12.4 竞赛结果

12.4.1 实施结果

12.4.2 名次结果

12.5 方案点评

12.6 获奖感言

第13章 打造全面网络营销，为中小企业引路导航

13.1 团队介绍

13.2 选题经过

13.3 方案

13.3.1 简介

13.3.2 正文

13.4 竞赛结果

13.4.1 实施结果

13.4.2 名次结果

13.5 获奖感言

第14章 建行网上银行持续使用意愿影响因素的实证研究

14.1 团队介绍

14.2 选题经过

14.3 方案

14.3.1 简介

14.3.2 正文

14.4 竞赛结果

14.4.1 实施结果

14.4.2 名次结果

14.5 获奖感言

第15章 飞信的企业营销与推广

15.1 团队介绍

15.2 选题经过

15.3 方案

15.3.1 简介

15.3.2 正文

15.4 竞赛结果

15.4.1 实施结果

15.4.2 名次结果

15.5 方案点评

15.6 获奖感言

15.7 附录

15.7.1 飞信用户调查问卷大学生版

15.7.2 飞信用户调查问卷社会版

附录

附录A 大赛协办机构说明

附录B 分赛区承办院校

章节摘录

版权页：插图：T威胁 有些学校对学生的用电有严格的要求，这成为迷你洗衣机进入该类学校的障碍。

(5) 实地调研分析 通过走访6家高校，实地考察这些学校的投币洗衣机的使用和管理情况，咨询了宿舍管理员一些基本情况之后，做了一份系统的问卷来获得学生对这类洗衣机的态度以及迷你洗衣机产品的市场情况。

以下为调查分析结果：1) 海升电器和七曜电器占据大部分市场。

在保定各大校园洗衣机市场上90%为海升电器和七曜电器的品牌，并且每个学校所配置的投币洗衣机更新周期长，只是在损坏的时候换一些零件或是做一些经常性的保养而已，不到万不得已并没有更新的打算。

网络资料显示，这两家投币洗衣机更加专业化、针对性强，并专门为小区、工厂、学校等群体密集的场所量身制作，并且在售后维修方面也得到了大部分学校的认可。

然而海尔在这方面无论渠道还是售后服务还有所欠缺。

另外在价格方面经调研，海尔的洗衣机也较其他两家价格高一些。

在学校采购方面，厂家是处于被动地位的，通过与宿舍管理员的交谈了解到，如今每个品牌的投币洗衣机在性能上相差不是很远，都能满足基本的应用，然而价格上却有一定的差别，所以在满足基本需求的基础上，价格是学校采购主要考虑的因素。

虽然有好的口碑，但在价格方面没有优势的海尔投币洗衣机不容易脱颖而出。

2) 高校洗衣机管理模式不同导致学生洗衣不便。

各个高校的洗衣机管理模式不一而同，有的学校由宿舍管理员统一管理，有的则由学生自主操作。

经过对这几所大学的走访得出统一管理模式还是比较受广大学生的欢迎，采用由宿舍管理员统一管理的模式，可以大大节省学生的洗衣时间，并且也减少了由于个人疏忽而造成的丢衣服和由于粗心而造成机器损坏的现象的发生次数，从而提高了洗衣机的使用效率。

另外由于是自主操作，很多学生在洗衣服时不注意时间问题，造成长时间的排队从而导致洗衣堵塞的问题。

通过对各所高校的调研总结出：海尔或许可以从洗衣机的管理模式上渗透校园，可以向学校提供专门为校园设计一种管理模式，既可以方便学生也给学校一定的利益。

这样更体现了海尔服务的完善化，以人为本的理念，提高企业形象。

3) 学生对公用洗衣机的价格、卫生、安全要求很高。

通过对学生的访问了解到有70%的学生对目前学校的公用洗衣机持不满意的态度，其中最主要的因素有价格、卫生、安全等。

编辑推荐

《电子商务及经管类专业实践教学创新系列教材：中国互联网协会全国大学生网络商务创新应用大赛优秀案例选辑4》含大量企业案例与高校成功实践的内容。
创业带动就业，实践提升教学！

第一图书网, tushu007.com

<<中国互联网协会全国大学生网络商务>>

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>