

**继续教育学院**

**学生毕业设计（论文）开题报告**

**学习中心（函授站）： 广州现代职院学习中心**

**专 业： 工商管理**

**学 号： 181225043200004**

**学生姓名： 周珊珊**

**导师姓名： 阮小斌**

**设计（论文）题目： 论企业网络营销风险规避的策略和方法**

2020年 10 月 10 日

**开题报告填写要求**

1．开题报告应根据教师下发的毕业设计（论文）任务书，在教师的指导下由学生独立撰写。

2．开题报告内容填写后，应及时打印提交指导教师审阅。

3．“设计的目的及意义”至少800汉字（外语至少500字），“基本内容和技术方案”至少400汉字（外语至少200字）。进度安排应尽可能详细。

4．指导教师意见：学生的调研是否充分？基本内容和技术方案是否已明确？是否已经具备开始设计（论文）的条件？能否达到预期的目标？是否同意进入设计（论文）阶段？

|  |
| --- |
| **撰写内容要求（可加页）：**   1. **目的及意义**   **1.1研究（设计）目的及意义**  网络营销是企业开展营销活动的一种新方法。 与传统营销相比，它是技术、智慧和服务的结合，也具有无可比拟的优势和特点。 存在因安全，技术，信誉，法律等因素造成篡改的风险。 分析互联网企业面临的营销风险，最终解决这些风险。 它的普及标志着互联网时代的开始和公司的生存，也标志着公司组织和运作的变化。 它通过互联网为现代市场提供新的服务。 现在，新的营销方式正在重塑公司的业务规则，为每个行业创造新的机遇和挑战。 但尽管竞争激烈，网络营销意味着如果公司使用互联网，他们就能成功。 与传统营销相比，网络营销有其自身的局限性和风险。 事实上，网络营销还处于起步阶段，因此与技术、金融、法律、物流、配送等相关的外部环境是一个完整的环境。 否则，传统的生产控制模式可能会导致组织内部的冲突。 大公司网络营销的发展带来贸易壁垒和管理风险。  互联网营销在中国的发展需要政府、企业和消费者的共同努力。虽然电子商务在北美、欧洲和日本发展迅速，但中国的电子商务是后来者。1996年，中国企业开始尝试网络营销。经过十多年的探索和发展，本土网络营销取得了丰硕的成果。网络营销已成为公司营销战略的重要组成部分，但我国网络营销的整体发展水平仍低于发达国家，尚处于起步阶段。互联网的全球营销越来越完善和成熟。许多西方发达国家的公司利用互联网技术进行营销。据统计，大约60%的美国公司通过互联网在中国销售产品，只有5%的公司在中国销售产品。目前，随着我国网络营销的快速发展，与发达国家相比，我国网络营销的整体发展水平仍然较低。  **1.2国内外研究现状分析**  在中国，很难改变消费者的思维方式和实践方式。 在常规模型中，消费者在视觉或触觉上识别并选择产品。 在Internet上，带有很少产品照片的文档（在这种情况下，如果市场上存在异常行为）将产生严重的负面影响，并且在线购买将成为一个有问题的问题。 根据一项调查，有59％的人选择购物商场，是因为他们认为互联网产品没有意义并且不信任其质量。 这种购买和对新事物的不信任感大大增加了互联网营销的风险。无论是网络安全、在线支付还是产品分销，都存在法律和监管问题。我国网络营销法律制度的缺陷是制约网络营销健康发展的瓶颈。我们应该调整威胁互联网健康发展和商业化的法律体系。建立健全信息系统安全体系，打击网络黑客，传播网络病毒，发布网络虚假广告。网络营销的发展需要防止个人信息的滥用，保证信息的自由传播。因此，有必要修改日本等国家/地区的法律，规范个人信息的收集、处理、存储和再利用，保护个人信息的隐私。   1. **研究（设计）的基本内容、目标、拟采用的技术方案及措施**   **2.1研究（设计）的基本内容**  由于网络创收时间不是很长，所有相应的网络技术还不够成熟，互联网基础设施薄弱，在线交易的安全性，尤其是数据加密技术，还不尽如人意。网速慢、网络拥堵、信息传输错误、交易平台混乱、密码被盗、黑客攻击和病毒感染等问题一直困扰着企业。网络营销的发展存在着诸多风险。在中国，很难改变消费者的思维和行为方式。在传统模式中，消费者通过视觉或策略来识别和选择产品。在互联网上，很少有产品照片的文件(在这种情况下，如果有反常的行为在市场上)，会有严重的负面影响，网上购物将成为一个问题。根据一项调查，48%的人选择购物中心是因为他们认为网络产品毫无意义，不信任其质量。这种对新事物的购买和不信任极大地增加了网络营销的风险。  **2.2研究（设计）的目标**  建立计算机网络，提高网络的质量和数量，是我国开展网络营销的第一步。首先，你应该发明“三网融合”这个术语。它指的是传统电报网络、计算机网络和有线网络以各种方式融合的趋势，其中一种是覆盖全国大部分地区的同质“三角形”。似乎被掩盖了。将这三种网络进行改造，利用相同的传输技术将其传输到电视、电话和互联网上，将有助于以更少的投入获得更大的网络覆盖，逐步养成人们的网上购物习惯。其次，在互联网投资建设方面，政府应该加大投资力度，特别是在落后的中西部地区和农村地区。由于这些地区在互联网发展上的投入如此之多而又如此之慢，政府必须发挥它原有的作用，阻止普通企业花更多的钱或钱。如果能促进这些落后地区的经济发展，政府投资将会带来巨大的经济效益和社会效益。最后，在互联网建设中打破垄断，形成多元化的互联网建设投资模式，充分发挥全社会的活力，促进互联网经济的发展。  **2.3研究（设计）的拟采用技术方案及措施**   1. **进度安排**   （1）第1-2周:选题、撰写论文开题报告并提交；  （2）第3-4周:修改选题、准备资料；  （3）第4-7周:准备资料、撰写初稿、论文定搞、提交论文终稿；  （4）第8周:相似性检测阶段；   1. **阅读的参考文献不少于15篇**   [1].祖强，李宇红.网络营销[M].北京:清华大学出版社，2004  [2].方姜琪，钟佳桂.电子商务与传统企业[M].北京:清华大学出版社，2003  [3].陶勇.网络营销的竞争优势与风险防范[J.经济师，2005(5)  [4].吴国英.谈企业网上营销的风险规避[J.商业研究，2001(10)  [5].刘旭.天力集团复合肥营销渠道研究[D].郑州大学.2007.  [6].张茂林. 汽车分销渠道绩效评价研究[D].同济大学.2007.  [7].韩伟恩. 非传统营销的整合与共贏[N].财经时报.2008- 12-25.  [8].《中国互联网发展状况统计报告》[R],第22次报告.  [9].杨先红.传统营销与网络营销共存原因分析[D].河南经贸职业学院2009.  [10].方姜琪,钟佳桂．电子商务与传统企业[M].北京:清华大学出版社,2003  [11].高军，王睿．试论企业网络营销风险管理体系的建立[J].现代管理科学，2007，  [12].陶勇．网络营销的竞争优势与风险防范[J].经济师，2005，(5)．  [13].吴国英．谈企业网上营销的风险规避[J].商业研究,2001，(10)．  [14].唐峻;;我国中小企业网络营销策略研究[J];市场研究;2008年02期  [15].张大义;;电子商务环境下企业的分销策略[J];当代经济;2010年04期   1. **指导教师意见**   指导教师：  年 月 日 |