

專題題目：從動態能力的角度探討企業從事數位轉型的過程——以 C 商場為例

學生：賴淑玉、蔡佳瑄、林雲莉、邱研慈、黃敏慈、劉怡萱、鄭杰

庭

摘要

摘要內文：

數位轉型是當今企業界的一個熱門話題，而動態能力是企業實現成功的關鍵，本文將從動態能力的角度來探討企業從事數位轉型的過程，從發現、內化以及轉換三個方面來探討企業在數位轉型中需要具備的動態能力。

此外，本研究將運用文獻分析法，透過網路、書籍、新聞報導等相關資料，藉此了解 C 商場數位轉型的過程，並且分析 C 商場數位轉型成功的案例，以幫助讀者更好地理解動態能力在實現數位轉型中的作用。

C 商場透過導入 OMO 服務，整合多項雲端服務工具和創新科技，從通路的接觸中發展創新營銷模式，提升消費者的參與營造創新的服務體驗，C 商場生活 OMO 全通路平台(C 商場線上服務平台)應用服務串聯虛實通路，為消費者提供流暢的購物體驗，同時增加線上流量和營收；C 商場的 OMO 服務提供了一種全新的消費體驗，將線上和線下購物融合在一起，為消費者帶來更便捷和豐富的選擇，通過 OMO 服務，C 商場成功實現了數位轉型，推動了企業的持續發展和增長。

關鍵詞：動態能力、數位轉型、OMO 服務

目錄

第一章 緒論

第一節 前言

第二節 研究動機

第三節 研究目的

第二章 數位轉型為什麼重要

第三章 動態能力

第一節 定義

第二節 元素

第三節 演化

第四節 影響

第四章 數位轉型

第一節 數位化

第二節 數位優化

第三節 數位轉型

第四節 數位轉型三階段

第五章 對於 C 商場的研究設計

第一節 相關複合式商場基本介紹

第二節 產業現況

第三節 C 商場分析

第六章 C 商場在數位轉型中所運用的動態能力

第一節 創新應變

第二節 公司整合

第三節 資源配置協調

第四節 學習以及適應

第五節 改變程序

第七章 對 C 商場的批判

第八章 結論與建議

第九章 文獻引用

表目錄

表 1、C 廠商業務比例與營收表

表 2、C 廠商公司發展沿革