第一图书网, tushu007.com

<<网络营销与策划>>

图书基本信息

书名：<<网络营销与策划>>

13位ISBN编号：9787040314823

10位ISBN编号：7040314827

出版时间：2011-8

出版时间：陈向军 高等教育出版社(原蓝色畅想) (2011-08出版)

作者：陈向军

页数：304

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

《高等学校电子商务专业系列教材：网络营销与策划》以企业网络营销与策划的工作流程为依据，内容分为四篇十三章，第一篇为网络营销基础，包括网络营销概述、网络营销理论；第二篇为网络营销分析，包括网络营销环境、网络市场调研、网络市场细分与目标市场、网络消费者购买行为；第三篇为网络营销策划，包括网络营销的商业模式、网络营销策划原理、网络营销策划内容；第四篇为网络营销管理，包括网络营销策略、网络客户关系管理、网络营销应用、网络营销效果监测与风险控制。

《高等学校电子商务专业系列教材：网络营销与策划》各章的开头都明确提出了学习目标，章后有小结、复习思考题和课外训练题。

全书案例丰富。

《高等学校电子商务专业系列教材：网络营销与策划》适用于应用型本科的经济管理类专业，特别适用于市场营销、电子商务本科专业，也可作为高职高专和相关专业的教材或教学参考书。

<<网络营销与策划>>

书籍目录

第一篇 网络营销基础 第一章 网络营销概述 教学目标 章前案例 第一节 网络营销的产生与发展 第二节 网络营销的内容与特点 第三节 网络营销与传统营销比较 本章小结 复习思考题 课外训练题 第二章 网络营销理论 教学目标 章前案例 第一节 直复营销理论 第二节 软营销理论 第三节 整合营销理论 第四节 服务营销理论 第五节 关系营销理论 本章小结 复习思考题 课外训练题第二篇 网络营销分析 第三章 网络营销环境 教学目标 章前案例 第一节 网络营销环境概述 第二节 网络营销宏观环境 第三节 网络营销微观环境 本章小结 复习思考题 课外训练题 第四章 网络市场调研 教学目标 章前案例 第一节 网络市场调研概述 第二节 网络商务信息 第三节 网络市场调研方法 本章小结 复习思考题 课外训练题 第五章 网络市场细分与目标市场 教学目标 章前案例 第一节 网络市场细分 第二节 网络目标市场 第三节 网络市场定位 本章小结 复习思考题 课外训练题 第六章 网络消费者购买行为 教学目标 章前案例 第一节 网络消费者概述 第二节 网络消费者的购买过程 第三节 影响网络消费者购买行为的因素分析 本章小结 复习思考题 课外训练题 第三篇 网络营销策划 第七章 网络营销的商业模式 教学目标 章前案例 第一节 网络营销商业模式的建设 第二节 网络营销商业模式的内容 第三节 网络营销商业模式的设计 本章小结 复习思考题 课外训练题 第八章 网络营销策划原理 教学目标 章前案例 第一节 网络营销策划概述 第二节 网络营销与策划的关系 第三节 网络营销策划的原则与方法 第四节 网络营销策划效果的跟踪与统计 本章小结 复习思考题 课外训练题 第九章 网络营销策划内容 教学目标 章前案例 第一节 网络搜索策划 第二节 信息发布策划 第三节 网上商品推销策划 第四节 网络品牌策划 第五节 网上广告发布策划 本章小结 复习思考题 课外训练题第四篇 网络营销管理 第十章 网络营销策略 教学目标 章前案例 第一节 网络产品策略 第二节 网络定价策略 第三节 网络分销渠道策略 第四节 网络营销沟通策略 本章小结 复习思考题 课外训练题 第十一章 网络客户关系管理 教学目标 章前案例 第一节 网络客户关系管理概述 第二节 网络营销中的客户服务 第三节 网络营销客户关系管理策略 第四节 网站FAQ的设计与管理 本章小结 复习思考题 课外训练题 第十二章 网络营销应用 教学目标 章前案例 第一节 搜索引擎营销 第二节 E-mail营销 第三节 博客营销 第四节 事件营销 第五节 社会网络营销 第六节 移动营销 本章小结 复习思考题 课外训练题 第十三章 网络营销效果监测与风险控制 教学目标 章前案例 第一节 网络营销效果评价 第二节 网络营销效果评价体系 第三节 网络营销风险控制 本章小结 复习思考题 课外训练题主要参考资料

编辑推荐

陈向军主编的《网络营销与策划》是高等学校电子商务专业系列教材之一。
教材共分四篇十三章，内容包括：网络营销基础、网络营销分析、网络营销策划和网络营销管理。
适用于应用型本科的经济管理类专业，特别适用于市场营销、电子商务本科专业，也可作为高职高专和相关专业的教材或教学参考书。

第一图书网, tushu007.com

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