

<<网络营销战略、实施与实践>>

图书基本信息

书名：<<网络营销战略、实施与实践>>

13位ISBN编号：9787111234036

10位ISBN编号：7111234030

出版时间：2008-5

出版时间：戴夫·查菲 (Dave Chaffey)、马连福 机械工业出版社 (2008-05出版)

作者：戴夫·查菲

页数：394

译者：马连福

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>

## <<网络营销战略、实施与实践>>

### 内容概要

《网络营销战略、实施与实践》的目的就是帮助营销人员学习有效运用互联网所需的知识和技能。

具体来说，《网络营销战略、实施与实践》主要针对下列需求应运而生：了解互联网在多大程度上改变了当前的营销模式，是否有新的模型和战略可以用于更有效地开发这种媒介；营销实践者需要的实用网络营销技能：迅速变化的市场特征和网络营销在实践中的良好表现。

《网络营销战略、实施与实践》还介绍了营销实践者需要的实用网络营销技能、迅速变化的市场特征和网络营销在实践中的良好表现，等等。

作为营销活动中的工具，互联网的功能日益增多，也日益受到欢迎。



## <<网络营销战略、实施与实践>>

### 书籍目录

译者序 作者简介 前言 致谢 第一部分 网络营销基础 第1章 网络营销绪论 1.1 网络营销的定义 1.2 网络为营销人员带来了怎样的好处 1.3 网络营销的战略方法 1.4 网络营销沟通与传统营销沟通的区别 1.5 网络技术简介 案例研究1 eBay在全球市场的繁荣 小结 练习 参考文献 强化阅读 网络链接 第2章 网络的微观环境 2.1 市场 2.2 顾客 2.3 在线购买者行为 2.4 竞争者 2.5 供应商 2.6 中间媒介 案例研究2 Zopa实施一个新的借贷模型 小结 练习 参考文献 强化阅读 网络链接 第3章 网络的宏观环境 第二部分 网络战略的开发 第4章 网络营销战略 第5章 网络与营销组合 第6章 基于网络的客户关系营销 第7章 实现顾客在线体验 第8章 交互式营销沟通 第9章 维系与监测 在线展示 第10章 B2C网络营销 第11章 B2B网络营销



## <<网络营销战略、实施与实践>>

### 编辑推荐

《网络营销战略、实施与实践》可作为管理类专业本科生、研究生，MBA和各类企业高层管理研讨班的教材或相关自学、研究的参考资料，也可作为电子商务、工程硕士的教学和研究参考资料，还适用于从事企业信息化、网络技术及计算机应用的各类工程技术和研究人员的教育或培训资料。

互联网作为一种工具，在当今营销活动中扮演着日益重要的角色。

《网络营销战略、实施与实践》的目的就是帮助营销人员学习有效运用互联网的知识和技能，帮助读者了解互联网在多大程度上改变了当前的营销模式，是否有新的模型和战略可以用于更有效地开发这种媒介等问题。

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>