第一图书网, tushu007.com

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787111320142

10位ISBN编号：711132014X

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业出版社

作者：魏兆连，刘占军　主编

页数：252

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

前言

网络不仅改变了人们的观念、生活方式和工作方式，而且也在改变和影响着企业的管理观念、生产方式和经营方式。
网络营销是互联网技术发展的必然产物。
网络与经济的紧密结合，推动着市场营销走入崭新的营销理念和营销模式。
网络营销是用信息化技术进行的营销活动，是连接传统营销，引领和改造传统营销的一种可取形式和有效方法。
它已不再是互联网企业的专利，而被很多企业广泛运用。
然而，由于网络营销是一种新型的营销手段，企业在实施的过程中，难免出现诸多误区，造成投入与产出的效果未能如愿。
这种现象也说明，企业对网络营销的运用还缺乏有效的指导。
网络营销是广大企业、营销组织，特别是中小企业提升网络经营能力，开展电子商务的切入点；是企业进入跨国营销市场，参与国际竞争的便捷、快速的渠道；是企业最大范围获取网上商机，开辟客户资源，建立庞大的网上客户群的有利形式；是广大创业者进行群体性创业活动，尽快崛起的最好平台和载体。
结合网络营销快速发展的特点，为满足我国高等院校“ 网络营销 ”课程的教学需要，我们编写了本书。
本书全面介绍了网络营销的整体框架，使读者对网络营销理论和方法有一个清晰、完整的了解；详细介绍了开展网络营销活动的具体技术和操作方法，网络营销常用的方法、工具，网络营销导向的企业网站建设，搜索引擎优化，网络市场调研等；对开展网络营销活动的营销策略也作了具体说明，第12章安排了大量的基于互联网平台的实训项目。
本书由魏兆连、刘占军任主编，姜作鹏、杨文红任副主编，参加编写工作的还有管殿柱、李文秋、宋一兵、王献红、张轩、田绪东和宋琦。
网络营销是一门实践性很强的学问，本书在完善网络营销理论体系的基础上，突出了实用性，注重读者通过实践深化对理论的理解，使全书更具应用性，并体现网络营销的最新发展。
在本书的编写过程中，参阅了国内外许多相关用书和资料，在此谨向这些图书和资料的作者致谢。
由于编者水平有限，书中不足之处在所难免，敬请读者批评指正。

内容概要

本书从实用的角度出发，系统介绍了网络营销的基础理论、操作方法和营销策略等内容，体系完整，内容翔实、新颖，具有可操作性和实战性。
本书共分为12章，主要内容包括网络营销的理论基础知识、常用方法和工具、网络营销导向的企业网站研究、搜索引擎优化技巧、网络营销策略等。
从培养学生网络营销的动手能力出发，还安排了大量的实训项目，均在互联网平台上实现。
同时，强调理论与实践相结合、方法和工具相结合，有利于对学生进行基本理论和实际操作能力的培养。
　本书可作为高等院校市场营销及电子商务专业教材，也可作为经济与管理学科相关专业网络化、信息化的教材，同时对希望开展网络营销的企业从业人员也具有参考价值。

<<网络营销>>

书籍目录

前言第1章 网络营销概述 1.1 网络营销的产生和发展状况 1.2 网络营销的内涵 1.3 网络营销系统 1.4 网络营销的理论基础 思考题第2章 网络营销常用方法 2.1 无站点网络营销方法 2.2 基于企业网站的网络营销方渚 思考题第3章 网络营销常用工具 3.1 企业网站 3.2 搜索引擎营销 3.3 许可E-mail营销 3.4 Web 2.0与网络营销 思考题第4章 网络营销导向的企业网站研究 4.1 企业网站的一般特征 4.2 企业网站的类型 4.3 网站的基本要素 4.4 企业网站的规划与建设 思考题第5章 搜索引擎优化 5.1 正确认识SEO 5.2 选择搜索引擎喜欢的域名 5.3 选择搜索引擎喜欢的空间 5.4 关键词与SEO 5.5 链接与SEO 5.6 Meta标签优化 5.7 SEO作弊与惩罚 5.8 网站常用的10个SEO操作法则 思考题第6章 网络市场与网络消费者 6.1 网络市场 6.2 网络消费者 思考题第7章 网络市场调查 7.1 市场调查的误区 7.2 市场调查的科学基础及价值 7.3 定性调查与定量调查 7.4 利用搜索引擎进行市场调查 思考题第8章 网络营销产品策略 8.1 网络营销产品概述 8.2 网络营销产品选择策略 8.3 网络营销服务策略 思考题第9章 网络营销价格策略 9.1 网络营销价格概述 9.2 网络营销定价策略 9.3 免费价格策略 思考题第10章 网络分销渠道策略 10.1 网络分销渠道概述 10.2 网络直销 lO.3 网络间接销售 10.4 双道法 思考题第11章 网络营销促销策略 11.1 网络促销概述 11.2 网络促销的形式 11.3 网络广告 思考题第12章 网络营销实训 实训一 在淘宝网开设个人网店 实训二 网上商店的管理 实训三 网络市场调研实训 实训四 网络商务信息整理与发布 实训五 网络广告文案策划 实训六 网络广告发布 实训七 搜索引擎营销 实训八 邮件列表营销 实训九 网络会员制营销 实训十 博客营销 实训十一 RSS营销 实训十二 网络公关与管理 实训十三 搜索引擎优化分析 实训十四 制订网站推广计划 实训十五 营销导向的企业网站规划参考文献

章节摘录

插图：1.1.1 网络营销产生的基础在互联网高速发展的今天，网络已不仅仅是一种工具，而已经成为人们生活、工作中密不可分的伙伴，为此利用网络进行商务活动的网络营销应运而生。
网络营销的产生有其特定的基础，综合来看，它是由科学技术的发展、消费者价值观念的变革和商业竞争等因素促成的。
1.技术基础——现代电子技术和通信技术的应用与发展20世纪90年代初，网络技术得以广泛应用与发展，并对各个行业产生了重要的影响，在一定程度上改变了人们的生活、工作、学习方式，也极大地改变了人类社会信息交流的方式和商业运作的模式。
互联网的出现与飞速发展，以及带来的现实和潜在效益，促使企业积极利用新技术来变革企业经营理念、经营方式和营销方法，网络技术为企业实施网络营销奠定了坚实的技术基础。

编辑推荐

《网络营销》：普通高等教育市场营销专业“十二五”规划教材

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