

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787115153609

10位ISBN编号：7115153604

出版时间：2006-10

出版时间：人民邮电出版社

作者：杨小平

页数：212

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>>

内容概要

本书主要讲述网络营销的基本知识与实际应用。

全书共分5章，第1章是网络营销的概述，简明介绍网络营销的概念、特点、理论基础、层次以及网络市场的细分等，随后的各章全面系统地阐述网络营销的支持条件、网络市场的调研方法和步骤、网络营销的策略、网络营销的环境、网络营销的战略以及网络营销的评价等内容。

本书概念清晰、内容新颖、体系完整、结构合理，强调理论与实践相结合。

本书遵照“网络营销员(师)”的认证考试大纲编写，可以作为该考试的教材，也可作为各类本、专科院校电子商务专业或培训班的教材，还可作为网络营销工作者的参考书。

<<网络营销>>

书籍目录

第1章 网络营销概述	1.1 网络营销的产生、发展、概念和特点	1.1.1 网络营销的产生	1.1.2 网络营销的发展	1.1.3 网络营销的概念	1.1.4 网络营销的特点	1.2 网络营销与传统营销
1.2.1 网络营销与传统营销的联系和区别	1.2.2 网络营销的优势与劣势	1.2.3 网络营销对传统营销的冲击	1.2.4 网络营销与传统营销的整合	1.3 网络营销的理论基础	1.3.1 整合营销理论	1.3.2 软营销理论
1.3.3 直复营销理论	1.4 网络营销的层次、分类和基本流转程序	1.4.1 网络营销的层次	1.4.2 网络营销的分类	1.4.3 网络营销的基本流转程序	1.5 网络营销的消费者与市场	1.5.1 网络消费者分析
1.5.2 网络消费者需求分析	1.5.3 影响网络消费者购买行为的因素	1.5.4 网络消费者的购买决策过程	1.5.5 网络市场	1.6 网络市场细分	1.6.1 网络市场细分的意义	1.6.2 网络市场细分的程序
1.6.3 网络市场细分的方法	1.6.4 网络市场细分的原则	1.6.5 网络市场细分的标准	本章小结	习题	第2章 网络营销条件	2.1 网络营销的支持条件
2.1.1 网络营销平台	2.1.2 电子支付系统	2.1.3 网络营销的安全保障	2.1.4 网络营销的法律规范与政策	2.2 网络市场调研	2.2.1 网络市场调研概述	2.2.2 网络市场调研方法
2.2.3 网络市场调研的步骤	2.2.4 网络市场调研的在线问卷设计及投放	本章小结	习题	第3章 网络营销策略	3.1 在线产品的分类、特征和价格特点	3.1.1 在线产品及其分类
3.1.2 在线产品特征	3.1.3 在线产品策略	3.1.4 在线产品的价格特点	3.1.5 在线产品定价策略	3.2 网络分销渠道的概念、功能和管理	3.2.1 网络分销渠道的概念与分类	3.2.2 网络分销渠道的功能
3.2.3 网络分销渠道策略	3.2.4 网上订货、运货与管理	3.2.5 物流配送	3.3 网络营销沟通的定义、特点、方式与战略	3.3.1 网络营销沟通的定义	3.3.2 网络营销沟通的特点	3.3.3 网络营销沟通的方式与战略
3.4 在线产品的“柠檬”问题与网络沟通	3.4.1 传统营销的“柠檬”问题与解决途径	3.4.2 网络营销中“柠檬”问题的表现	3.4.3 网络营销中“柠檬”问题的解决方法	3.5 客户关系管理概述、发展和流程	3.5.1 客户关系管理概述	3.5.2 客户关系管理的发展
3.5.3 客户关系管理流程	3.6 实施客户关系管理的必要条件和技术基础	3.6.1 实施客户关系管理的必要条件	3.6.2 实施客户关系管理的技术基础	本章小结	习题	第4章 网络营销实施
4.1 网络营销的环境与目标	4.1.1 网络营销的宏观环境	4.1.2 网络营销的微观环境	4.1.3 网络营销目标	4.2 网络营销组合战略和行动计划	4.2.1 网络营销战略及其重点内容	4.2.2 网络营销战略模式选择
4.2.3 网络营销战略规划与控制	4.2.4 网络营销战略计划的内容	4.3 网络营销计划评估与控制	4.3.1 网络营销效果评价	4.3.2 网络营销计划的综合效果评价	4.3.3 网络营销计划的控制	4.4 企业网络营销网站的建设
4.4.1 网络营销网站概述	4.4.2 域名管理	4.4.3 网络营销网站的建设	本章小结	习题	第5章 网络营销评价	5.1 网络营销评价的意义
5.1.1 网络营销评价概述	5.1.2 网络营销评价的目的	5.1.3 网络营销评价的现状	5.2 网络营销评价的指标体系	5.2.1 网络营销评价所采用的方法	5.2.2 网络营销评价指标体系建立的原则	5.2.3 网络营销评价指标体系的内容
5.2.4 专业评价网站的评价指标与方法	5.3 网络营销评价的实施途径与指标分析	5.3.1 网络营销评价的实施途径	5.3.2 网络营销评价的指标分析	本章小结	习题	习题答案参考文献

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>