

<<网络营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<网络营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787115263995

10位ISBN编号：711526399X

出版时间：2011-10

出版单位：人民邮电出版社

作者：尹瑞林 编

页数：243

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>

<<网络营销理论与实务>>

内容概要

本书以培养学生的网络营销实践能力为目标，内容涉及网络市场特征和网络消费者，网络市场调研，网络营销工具，网络营销的产品及服务策略，网络营销价格策略等九个方面，突出了网络营销的“发展性、技术性、实践性”三大特征。

本书体例新颖、案例丰富、语言精练，实用性非常强。

本书可作为高职院校市场营销、电子商务及相关专业的教材，也可作为营销工作者和研究人员的参考用书，还可作为网络营销师认证考试及短期培训班的培训资料。

<<网络营销理论与实务>>

书籍目录

- 第一章 网络营销概述
 - 第一节 网络营销的概念
 - 第二节 网络营销与传统营销
 - 第三节 网络营销的理论基础
- 第二章 网络市场特征和网络消费者
 - 第一节 网络市场特征
 - 第二节 网络消费者分析
 - 第三节 影响网络消费者购买的主要因素
 - 第四节 网络消费者购买决策过程及相应的企业行为
- 第三章 网络市场调研
 - 第一节 网络市场调研概述
 - 第二节 网络市场调研的方法
 - 第三节 网络市场调研报告
- 第四章 网络营销工具
 - 第一节 搜索引擎营销
 - 第二节 电子邮件营销
 - 第三节 互联网营销
- 第五章 产品及服务策略
 - 第一节 网络营销产品概述
 - 第二节 网络营销的产品及服务策略
 - 第三节 网络营销新产品的开发
 - 第四节 网络营销的品牌建设
- 第六章 网络营销价格策略
 - 第一节 影响网络营销定价的因素
 - 第二节 网络营销定价目标与定价方法
 - 第三节 网络营销定价策略
- 第七章 网络营销促销策略
 - 第一节 网络营销促销概述
 - 第二节 网络营销广告
 - 第三节 网络营销站点推广
 - 第四节 网络营销销售促进策略
 - 第五节 网络营销公共关系策略
- 第八章 网络营销渠道策略
 - 第一节 网络营销渠道概述
 - 第二节 网络营销渠道的特点、功能及类型
 - 第三节 网络营销的渠道建设
 - 第四节 企业网络营销渠道策略选择
- 第九章 网络营销实施与控制
 - 第一节 网络营销实施管理
 - 第二节 网络营销的组织机构
 - 第三节 网络营销业绩评估
 - 第四节 网络营销经营风险控制
- 参考文献

章节摘录

版权页：插图：（一）精准定位据京东商城调查数据显示，经过5年的发展，截至2009年年底，京东商城固定用户达600万，累积订单量1000万，相对于其他B2C企业上千万的用户量，这两个数字证明了京东商城的用户黏度非常高。

在京东商城购买商品的用户中，25~35岁的人群占到了56%，公司职员和企业管理者占到了70%。京东商城当初进入市场时以3c为切入点，从而使自己能够轻松上阵，提高资源整合能力，并在3c领域进一步深耕细作。

不过，可以看到，京东商城目前在线销售的产品，除了3c产品外，还有日用百货类产品。

显然，京东依托自己的优势领域以及已建立起来的好口碑，正逐步做大、做强。

（二）降低成本对于网上购物，消费者看重的就是便宜、快捷、方便。

这对于所有的B2C公司来说，意味着网络生存的法则就是“低成本、高效率”。

京东商城商品价格的制定从不参考同行价格，而是有自己的一套价格制定措施，以保证其在同行业中具有绝对的价格优势。

作为零售商的传统家电卖场，其账期一般在100天左右，严重挤占了供货商的现金流。

而京东商城在创立之初，就自建信息系统，根据消费者在网上的点击率、关注程度、过往的销售量等信息，迅速对产品销售作出预判，并对产品销售全过程进行信息化管理，充分利用电子商务的高效率优势，尽可能缩短账期。

京东商城目前的平均库存周转只需12.6天，平均账期只有20天，其优势显而易见。

<<网络营销理论与实务>>

编辑推荐

《全国高职高专市场营销专业规划教材·网络营销理论与实务》：以“必需、够用”为原则，以“能力培养”为目标，“理论、案例、实训”相结合，全方位提高学生的实际操作能力。

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>