

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787121022333

10位ISBN编号：7121022338

出版时间：2006-2

出版时间：电子工业出版社

作者：符莎莉

页数：224

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

本书共10章,内容包括:概论、网络营销环境、网络商务信息的搜集处理与发布、网上市场调研、网上市场特征与购买行为分析、网络营销的营销组合策略、构建网络营销站点策略、推广网站营销站点策略、网络营销内部管理、网络营销实训等。本书以系统培养学生的网络营销操作技能和实际应用能力为指导思想,强化营销案例分析和实训教学,便于学生应用案例分析、思考与练习题,对所学知识加深理解,提高网络营销的技能。本书具有通俗性、实用性、新颖性等特点,可作为高职高专院校电子商务、市场营销等相关专业以及经济与管理学科等相关专业的网络化、信息化课程的教材,同时还可作为电子商务工作人员的参考用书。

书籍目录

第1章 网络营销概论 1.1 现代市场营销概述 1.2 网络营销的基本概念与内容 1.3 网络营销的基本理论
1.4 网络营销对传统营销的冲击 1.5 网络营销与传统营销的整合 本章小结 案例分析 思考与练习题第2
章 网络营销环境 2.1 传统营销环境 2.2 网络营销环境与系统 本章小结 案例分析 思考与练习题第3章
网络商务信息的搜集、处理与发布 3.1 网络商务信息概述 3.2 网络商务信息的搜集 3.3 网络商务信息的
处理 3.4 网络商务信息的发布 本章小结 案例分析 思考与练习题第4章 网上市场调研 4.1 网上市场调
研概述 4.2 网上市场调研的主要方法 4.3 网上市场调研的内容和步骤 本章小结 案例分析 思考与练习
题第5章 网上市场特征与购买行为分析 5.1 网上市场的发展与特征分析 5.2 网络消费者的购买动机 5.3
影响网络消费者购买的主要因素 5.4 网络消费者的购买过程 本章小结 案例分析 思考与练习题第6章
网络营销组合策略 6.1 网络营销产品策略 6.2 网络营销定价策略 6.3 网络营销渠道策略 6.4 网络营销促
销策略 本章小结 案例分析 思考与练习题第7章 网络营销站点的构建 7.1 企业网站第8章 网络营
销站点推广策略第9章 网络营销内部管理第10章 网络营销实训参考文献

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>