

<<网络营销实务>>

图书基本信息

书名：<<网络营销实务>>

13位ISBN编号：9787121101120

10位ISBN编号：7121101122

出版时间：2010-2

出版时间：电子工业出版社

作者：方玲玉

页数：331

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

因为互联网，一切皆有可能！

真该庆幸生活在这样一个时代，尽管充满挑战，却从不缺乏诱惑。

营销的哲学，也是人生的哲学！

基于网络的营销，又将带给人们怎样的冲击和震撼，这的确是一个让人期待、而又颇具实践意义的重要命题。

财经类文科类专业，在人们潜意识中一直被认为是“软”性专业，主要是因为在职业能力的塑造特别是动手能力的培养上，这些专业存在较大的随意性和不确定性，而在对学习效果的考核与评价方面也缺乏相对严明的尺度和标准。

如何借鉴工科类教材在职业能力培养方面流程清晰、业务严谨、操作性强、评价客观的特点，培养学生面对不断变化的市场环境所应具备的分析、思辨、判断、决策能力，以及对企业的各种业务活动方案和策划所必需的制订、改善、调整、实施能力，是目前我国职业教育特别是文科类职业教育面临的重大挑战。

作为2008年度国家精品课程教材，作为湖南省教育科学“十一五”规划2008年度立项课题“高职经管类专业项目课程开发的探索与实践（XJK08CZC014）”的研究成果之一，本教材对文科类高职学生在专业课中究竟“学什么”、“怎么学”的现实难题，进行了一次极富创新意义的探索。

本教材的重要特色在于：通过解构网络营销岗位人才的能力素质要求，重构了以企业真实案例为背景的5个学习型项目（网络信息搜集、网络平台建设、企业网络推广、网络创业实践、网络贸易实务）。

每个项目由项目概要、项目知识、项目任务、项目总结4个模块构成；其中项目任务模块由2~4个学习型项目任务构成，每个学习型项目任务则由浅入深、渐次递进地设计了1~10个自成体系的技能训练，从而使网络营销业务化繁为简、变难为易。

全书整体结构设计科学、内容丰满、业务流程清晰，有效实现了网络营销理论与实践的融合。

在教学内容的选取上，本书第一次将网络贸易纳入教学体系，以应对网络市场中营销与贸易逐渐融合的大趋势。

在教学内容的组织上，以工作过程内在逻辑为主线，通过项目概要中“项目完成条件”的规范和指引，精心设计和营造与学生认知水平相匹配、与企业业务环境相呼应的学习情境，让学生边学、边做、边总结，从而有效保证了学习者在知识、技能、素质各方面的均衡发展，以及营销职业能力的整体提升。

教材中每个项目的完成至少有一家企业技术业务骨干的全程参与和全力投入，保证了对企业资源最大限度的整合与利用。

本教材的作者之一李永湘先生，是广州网盈长沙分公司网店店长，近三年来他每年的在线销售额都在百万元之上，多次蝉联公司的年度网络销售冠军；在此要特别感谢湖南竞网（长沙百度总代理）陈花副总经理，作为负责公司市场运营的资深网络营销专家，她提供的大量案例素材及建议无可替代。

湖南怡清源茶业有限公司总经理邓学武先生和该公司电子商务项目经理吴小琴女士，他们为全书的所有项目均提供了非常重要的背景资料和相关素材，并撰写了与公司业务相关的部分案例。

本书由《中国职业教育思想史》一书的作者、我国职业教育著名专家、湖南农业大学原校长彭干梓教授担任主审；长沙民政职业技术学院方玲玉教授负责全书的整体设计和统稿，并撰写项目一“网络信息搜集”和项目五“网络贸易实务”；长沙教育学院张德军老师和长沙民政职业技术学院杨丽光老师共同撰写项目二“网络平台建设”；长沙民政职业技术学院李小斌老师撰写项目三“企业网络推广”；广州网盈公司李永湘先生和长沙民政职业技术学院李念老师共同撰写项目四“网络创业实践”。

<<网络营销实务>>

内容概要

本教材通过解构网络营销岗位人才的能力素质要求，以工作过程内在逻辑为主线，重构了以企业真实案例为背景的5个学习型项目（网络信息搜集、网络平台建设、企业网络推广、网络创业实践、网络贸易实务）。

每个项目由项目概要、项目知识、项目任务、项目总结4个模块构成；其中项目任务模块由2~4个学习型项目任务构成，每个学习型项目任务则由浅入深、渐次递进地设计了1~10个自成体系的技能训练，从而使网络营销业务化繁为简、变难为易，有效实现了网络营销理论与实践的融合。

教材整体结构设计科学、内容丰满、业务流程清晰，是专门针对中等、高等职业院校的电子商务、市场营销等经管类专业开发的项目式教材，同时也非常适合用做企业营销贸易类岗位员工的培训用书。

。

作者简介

方玲玉，2005年被评为管理学教授，2009年被评为湖南省电子商务专业带头人，现任长沙民政职业技术学院经贸系副主任、电子商务专业带头人、湖南省职业技能鉴定专家委员会电子商务专业委员会秘书长，中国职业教育研究会电子商务与物流专业协作委员会副主任。
主要研究方向为电子

书籍目录

项目一 网络信息搜索 模块一 项目概要 模块二 项目知识 模块三 项目任务 模块四 项目总结 项目二
网络平台建设 模块一 项目概要 模块二 项目知识 模块三 项目任务 模块四 项目总结 项目三 企业网
络推广 模块一 项目概要 模块二 项目知识 模块三 项目任务 项目四 网络创业实践 模块一 项目概要
模块二 项目知识 模块三 项目任务 模块四 项目总结 项目五 网络贸易实务 模块一 项目概要 模块二
项目知识 模块三 项目任务 模块四 项目总结 附录A 技能训练流程 附录B 阅读材料索引 参考文献

章节摘录

插图：1.营销进入网络时代如果说营销是有利益地满足需求（菲利普·科特勒语），那么营销的本质则是通过信息的互动沟通，使供求双方目标逐渐聚焦的过程。

在数字信息时代，每一个人、每一个组织，都会有自身价值及利益的诉求，从这种意义上说，营销早已是无处不在、无时不有、无人不需了。

网络营销是指企业为实现其总体经营目标所进行的营造网上经营环境的活动。

目前，对大多数企业而言，网络营销是企业整体营销战略不可或缺的组成部分。

由于互联网这种新的营销媒介的出现，使得信息的传播和沟通方式发生了革命性变化，营销也由此进入了一个崭新的时代。

传统市场最大的特点之一，是交易双方信息的不对称，往往是卖家占据了产品及服务信息的主动权，因而在营销活动中处于主导地位。

在网络市场中，这一格局正在被打破。

互联网为广大消费者和全球用户了解企业信息提供了更多、更快、更好、更经济的渠道，为他们获取更多有利于自己购买产品的信息提供了方便，因而交易的主动权正逐渐向买方转移，这是网络营销活动所面临的重大挑战。

2.信息成为竞争焦点作为理性的买家，自然有通过互联网获取商务信息、甚至通过在线点击完成交易的潜在需求，而互联网为消费者个性化需求的满足提供了前所未有的便利。

对于作为卖方的企业而言，机会和风险也因此应运而生。

如果用户对某家企业产品和服务信息一无所知，却拥有较为丰富的其竞争对手的信息，那么他最大的可能是购买自己熟悉的产品。

<<网络营销实务>>

编辑推荐

《网络营销实务:项目教程》：5个学习型项目13个学习型工作任务63个自成体系的技能训练将网络营销业务化繁为简，变难为易.....

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>