

<<网络营销教程>>

图书基本信息

书名：<<网络营销教程>>

13位ISBN编号：9787300040226

10位ISBN编号：7300040225

出版时间：2002-5

出版时间：人民大学出版社

作者：杨坚争

页数：348

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

随着信息经济时代的到来，电子商务正在成为全球未来商务不可逆转的潮流。

2001年10月23日结束的APEC会议，对电子商务给予了极大的重视，提出了E-APEC战略，明确了新经济发展的三个支柱：加强市场结构；促进基础设施投资和技术发展；加强人力资源能力建设，宏扬企业家精神。

信息人才的培养被APEC会议列为三个重要支柱之一。

电子商务打破了时空局限，改变了贸易形态，给经济带来了空前的发展机遇，但同时它也对电子商务人才的培养提出了前所未有的挑战。

由于全球的经济衰退，近两年来电子商务的发展一度受到影响。

美国纳斯达克指数的大幅度下跌，众多电子商务网站（包括著名的：My8848）的倒闭，使人们对电子商务的发展前景产生了疑虑。

然而，从世界整体情况看，电子商务并没有停止其前进的步伐。

2001年第四季度，美国电子商务零售额达到100.43亿美元，比2001年第四季度增长了13.1%。

2001年英国除去旅游业和门票销售业外的网上零售市场攀升了142%，达到32.6亿英镑。

美国国际数据公司（IDC）预测，尽管全球经济下滑，2001年企业对企业电子商务贸易额仍可能达到5160亿美元，比2000年猛增83%。

世界各国通过互联网购买的商品和服务的贸易额到2005年可望达到4.3万亿美元。

要达到这样的电子商务规模，电子商务职位的需求将增加到2000万人，这个数字比全世界现有的信息专业人员的总和还要大。

据香港职业训练局调查估计，香港2002年急需约6万名信息产业人才，预期资讯科技人力资源远远不能满足要求。

在其他国家和地区也同样面临着相似的问题，电子商务人才的缺乏现已成为一个世界现象。

从我国的情况看，我国尽管已有浙江大学等13所高校获教育部批准试办电子商务专业，但迄今仍未有电子商务专业的毕业生。

全国各高校电子商务专业全部在校生不足千人，电子商务人才的短缺非常明显。

如果考虑到全国范围内“三网工程”（政府上网、企业上网和家庭上网）的逐步推进，电子商务人才的需求将会更大。

## <<网络营销教程>>

### 内容概要

全球互联网的发展，使21世纪成为电子商务的时代，这个时代的到来必然对传统的营销方式产生巨大的冲击和挑战。

本教材紧紧跟踪世界网络营销技术的最新发展，吸收国内外网络营销著作与教材的优点，形成了具有自己特色的网络营销教材体系。

全书在合理兼顾网络营销基础知识、计算机技术知识和商务管理知识的基础上，全面论述了网络营销环境、网络营销信息处理、网络交易行为、网络营销目标市场定位、网络营销策略、网络促销、网络广告、网络营销内部管理等问题。

本书观点新颖，材料翔实，理论与实际相结合，力求在阐述网络营销基本理论的同时，对实际应用和操作技巧给予读者具体的指导。

本书可作为大专院校电子商务专业、计算机专业和市场营销专业的教材，也可作为公司经理、企业营销人员、信息公司有关管理人员从事网络营销活动的重要参考书。

## &lt;&lt;网络营销教程&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 网络营销概论?? § 1.1 网络营销的基础--电子商务?? § 1.2 网络营销的概念、特征和功能?? § 1.3 网络营销与传统营销?? 案例 : 商业机会的宝库--阿里巴巴?? 思考题???

第2章 网络营销环境?? § 2.1 认识网络营销环境?? § 2.2 网络营销的社会环境?? § 2.3 网络营销的技术环境?? § 2.4 构建网络营销网站的资金预算?? 案例 盈科数字的虚拟主机服务?? 案例 北京国研的主机托管服务?? 案例 中国商品交易中心的独立服务器系统结构?? 思考题???

第3章 网络营销信息的检索与处理 § 3.1 网络营销信息基础?? § 3.2 网络商务信息的收集?? § 3.3 网上数据库?? § 3.4 常用检索工具?? § 3.5 网络商务信息的整理?? § 3.6 网络营销的网上调查?? 案例 网上搜索商业信息 案例分析?? 思考题???

第4章 网络交易行为?? § 4.1 网络交易行为概述?? § 4.2 企业的网上交易行为?? § 4.3 政府和机构组织的购买行为?? § 4.4 网络消费者的购买行为?? 案例 戴尔公司度身定制的网络直销?? 思考题???

第5章 网络营销的目标市场定位 § 5.1 网络营销的对象分析?? § 5.2 网络营销市场细分?? § 5.3 网络营销目标市场定位?? 案例 莎啦啦(salala)中国连锁鲜花网络营销策略?? 思考题???

第6章 网络营销策略?? § 6.1 网络营销的产品策略?? § 6.2 网络营销定价策略?? § 6.3 网络营销渠道策略?? § 6.4 网络营销的服务策略?? 案例 易趣--享受交易的乐趣?? 思考题???

第7章 网络促销?? § 7.1 网络促销的概念、分类与作用?? § 7.2 网络促销的实施程序?? § 7.3 网络站点促销?? § 7.4 电子邮件(e\_mail)促销?? § 7.5 其他促销方式?? § 7.6 网络公关?? § 7.7 传统媒体对网络促销的作用?? 案例 青岛海尔集团的网络站点促销?? 思考题??

第8章 网络广告?? § 8.1 网络广告概述?? § 8.2 网络广告的价格水平?? § 8.3 网络广告策划?? § 8.4 网络广告发布?? § 8.5 网络广告交换?? § 8.6 网络广告管理?? 案例 宝洁公司网络广告中企业形象和产品的宣传?? 思考题??

第9章 网络营销内部管理?? § 9.1 网络营销计划管理?? § 9.2 网络营销组织职能?? § 9.3 网络营销人员配备?? § 9.4 网络营销管理控制?? 案例? 美国国家半导体公司的网络营销?? 思考题??

## 章节摘录

插图：第三类网上报刊，即内容大大超过传统报纸的容量。

美国的《波士顿环球报》最为典型。

它除了母报提供的信息外，还囊括了全市30多个信息源（有电台、电视台、杂志、博物馆、图书馆，甚至芭蕾舞团、音乐团、天气交通服务等），形成了一个跨媒体的地区性综合平台，同时也是当地最丰富的信息平台。

新加坡《联合早报》、我国香港的《星岛日报》等都属于这一类。

随着消费者和商家纷纷上线，互联网世界性的覆盖范围，丰富的表现手段，合理的广告成本以及高科技的形象使众多广告公司越来越心动。

据美国著名互联网研究公司——丘比特通信公司调查发现，促使网络广告业务额迅速增长、推动网络广告发展的主要是大型的公司和网站，他们看好网络广告的有效性优势，特别是网络广告有可以针对特定消费群体的优势。

据统计资料显示，在1999年第一季度的互联网广告额6.93亿美元中，排名前十名的网站占了其中的75%。

调查显示，与消费者相关的网站享有最多的在线广告的收入，其次是与财经相关的服务网站和电脑零售或邮购，以及新型态媒体等网站。

在亚洲，网络广告渐受欢迎，2001年网络广告额可达21亿美元，占全部广告市场营业额的5%~8%；在美国1999年网络广告收入达35亿美元，估计到2005年将增至165亿美元；而：1999年全球网络广告收入已达43亿美元，到2004年全球网络广告收入可达200亿美元。

网络广告的收入是很可观的，而值得引起注意的是，网络广告收入的增长率较之其他形式的广告手段是不可比拟的。

## <<网络营销教程>>

### 编辑推荐

《网络营销教程》为电子商务系列教材之一。

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>