

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787300157108

10位ISBN编号：7300157106

出版时间：2012-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：姜旭平

页数：287

字数：363000

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

本书采用案例教学方法，通过案例引出问题，启发思考，运用头脑风暴寻找规律，举一反三，加强对理论和学科体系的理解。

在展开案例分析时，有三点要特别提请读者注意：（1）不要太在意案例的背景企业，关键要看它当时的做法是否对我们有启发意义；（2）不要脱离当时的历史背景，重点研究企业在特定的环境下如何分析问题并取得成功的规律；（3）在讨论中，不要期望立刻就得到正确的结论，能提出问题、启发思考、引起讨论就好。

真理往往是辩出来的，而且越辩越明！

本书可作为电子商务、工商管理、市场营销和计算机应用等各专业的本科或大专教材，可广泛适用于企业管理者、市场推广和营销策划人员、电子商务与网络营销从业人员等。

<<网络营销>>

书籍目录

第一篇 网络营销概述

第1章 网络营销的沿革与发展

第1节 网络技术的形成和发展以及人们信息获取模式的改变

第2节 网络经济和电子商务的发展趋势

第3节 网络营销及其发展

本章小结

重点概念和知识点

练习题

章末案例

第2章 网络营销的定义、功能、应用环境与技术基础

第1节 网络营销的概念与发展

第2节 网络营销的应用环境与技术基础

第3节 网络营销运作模式及体系创新

本章小结

重点概念和知识点

练习题

章末案例

第二篇 e时代的营销传播

第3章 网络环境下的企业营销传播模式

第1节 营销的两大目标及其实现途径

第2节 网络环境下的企业营销传播模式

第3节 大众快速消费品的典型案例分析

第4节 工业用品行业的典型案例分析

本章小结

重点概念和知识点

练习题

章末案例

第4章 理念传播与消费趋势引导

第1节 客户及购买模式分析

第2节 理念传播对消费趋势的引导作用

第3节 以营销策划传播经营理念, 引导消费趋势

第4节 网络营销的应用模式

本章小结

重点概念和知识点

练习题

章末案例

第5章 网络营销的驱动模式

第1节 关于企业营销策略定位的争论

第2节 柯达公司网络营销策略分析

第3节 驱动市场型的网络营销策略

第4节 营销理论及关注重心的转移

本章小结

重点概念和知识点

练习题

章末案例

<<网络营销>>

第6章 以服务捆绑营销

第1节 强生公司网络营销策略分析

第2节 以人为本、满足需要是捆绑营销的前提

第3节 强生公司网络营销模式在中国的发展

第4节 网络加速了营销策略的演化进程

第5节 以营销实践创造市场，拉动需求

本章小结

重点概念和知识点

练习题

章末案例

第7章 增值服务

第1节 增值服务的基本概念

第2节 现代信息服务模式及其在营销中的应用

第3节 类似网络增值服务方法的发展与延伸

第4节 创新思维和差异化战略

本章小结

重点概念和知识点

练习题

.....

第 篇 营销网站创建

第 篇 网络环境下的营销传播与运作方法

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>