

<<网络营销与管理>>

图书基本信息

书名：<<网络营销与管理>>

13位ISBN编号：9787301050200

10位ISBN编号：7301050208

出版时间：2005-6

出版时间：北京大学出版社

作者：钱旭潮,汪群

页数：275

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>

<<网络营销与管理>>

内容概要

互联网既是一种全新的、更强大的商务活动方式，也是一种全新的营销平台，互联网既构成了对传统营销的挑战，也为营销开拓了更为广阔的发展空间。

《面向21世纪电子商务专业核心课程系列教材：网络营销与管理（第2版）》的出发点有两个，一是传统企业如何利用互联网开展市场营销活动，二是互联网企业如何利用市场营销方法规划并发展自己的业务。

《面向21世纪电子商务专业核心课程系列教材：网络营销与管理（第2版）》将从网络营销特征、网络营销环境、网民、顾客网络购买、网络调研、网站、网络营销工具、成本与顾客利益、渠道策略、网络沟通、网络营销管理等方面讨论网络与营销的整合，探讨了营销在互联网基础上的新发展、新特点和新工具，形成网络营销体系。

《面向21世纪电子商务专业核心课程系列教材：网络营销与管理（第2版）》可作为大学电子商务专业本专科教材，也适用于研究生、对电子商务和网络营销进行研究的人员以及企事管理人员。

<<网络营销与管理>>

书籍目录

第1章 从传统营销到网络营销1.1 营销及其发展1.2 网络营销1.3 网络营销模型第2章 网络营销环境2.1 网络营销的技术基础2.2 网络世界的特点2.3 网络市场环境2.4 新的竞争规则第3章 网民分析3.1 网民的构成与发展3.2 网民上网行为 3.3 网上消费者第4章 顾客网络购买行为分析4.1 基于互联网交易的产品适应性分析4.2 消费者网络购买分析4.3 企业网络采购分析4.4 政府网络采购分析第5章 网络营销调查5.1 网络营销调查的特点与过程5.2 网络调查的方法5.3 网络调查策略5.4 数据仓库与数据挖掘第6章 网站策略6.1 网站创立与定位6.2 网站设计6.3 网站管理与推广第7章 网络营销工具7.1 网络沟通工具7.2 服务支持工具7.3 引导工具第8章 渠道策略第9章 网络价格与成本第10章 网络沟通第11章 网络营销管理

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>