第一图书网, tushu007.com

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787301099384

10位ISBN编号：730109938X

出版时间：2006-2

出版时间：北京大学出版社

作者：苏梅

页数：287

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

内容概要

《网络营销》是高职高专电子商务专业的主要专业课。
随着当今网络技术的飞速发展，商务活动电子化的优越性显而易见，传统的商务交易方式正向网上商务方向演变。
本书从高职高专学生的特点和实际出发，注意基本理论的阐述适度，着重介绍网络营销的基本知识和基本理论，突出网络营销在商务活动中的实际应用并适当关注未来网络营销的发展趋势。
本书介绍网络营销注意多配合典型的实例和实际操作，力求深入浅出、循序渐进，有利于培养学生分析问题和解决问题的能力及培养学生的动手能力。
本教材的内容体现了时代性和职业性，通过吸收和反映国内外网络营销发展中出现的新动态、新知识，适当参考国外的高职教材，具有较为明显的高职特色。
本书既可供高职高专电子商务专业的学生作教材，又可供其他商务类专业学生或成人院校相关专业用作教材，亦可作为本科院校的参考书使用。

<<网络营销>>

书籍目录

第1章　网络营销概论　1.1　网络营销的理念　1.2　网络营销与传统营销　1.3　网络营销的内涵与发展　1.4　网络营销的分析与管理模式　1.5　小结　1.6　思考题第2章　网络市场环境分析　2.1　环境分析与研究　2.2　宏观环境分析与研究　2.3　网上消费者行为分析　2.4　竞争对手情况研究　2.5　小结　2.6　思考题第3章　网络市场调研　3.1　网络市场调研概论　3.2　网络市场调查的方式及内容　3.3　网络信息资源的利用　3.4　网上调研实务　3.5　各种网上市场调研报告的基本写法　3.6　小结　3.7　思考题第4章　网络营销战略与规划　4.1　网络营销战略概述　4.2　网络营销战略理论　4.3　网络营销战略规划　4.4　小结　4.5　思考题第5章　网站策略　5.1　域名策略　5.2　企业网站的形式　5.3　企业站点的组成　5.4　企业网站建设　5.5　网站建立的流程　5.6　网页策略　5.7　开发电子商务网站注意事项　5.8　小结　5.9　思考题第6章　网络营销产品策略　6.1　网络营销产品概述　6.2　网络营销新产品策略　6.3　网络营销品牌策略　6.4　网络营销实体产品包装策略　6.5　小结　6.6　思考题第7章　网络公共关系　7.1　网络公共关系概论　7.2　网络公共关系的建立与维护　7.3　小结　7.4　思考题第8章　网络营销渠道策略　8.1　传统营销渠道与网络营销渠道　8.2　网络营销渠道策略　8.3　网上订货、运货与管理　8.4　小结　8.5　思考题第9章　网络顾客服务策略　9.1　网络顾客服务概述　9.2　网上服务工具FAQ的设计　9.3　电子邮件与网络顾客服务的关系　9.4　小结　9.5　思考题第10章　网络营销策划　10.1　网络营销策划概述　10.2　网络营销策划的原则　10.3　网络营销策划的内容　10.4　网络营销策划的作用及特点　10.5　网络营销策划实务　10.6　小结　10.7　思考题第11章　网络营销价格策略　11.1　网络营销价格概述　11.2　网络营销产品的定价目标、定价原则与定价方法　11.3　网络营销价格策略的制定　11.4　小结　11.5　思考题第12章　E-mail营销　12.1　E-mail的概念　12.2　E-mail营销概述　12.3　E-mail营销的主要实现手段　12.4　许可E-mail营销（PEM）的步骤　12.5　进行E-mail营销的基本要求　12.6　E-mail营销的写作　12.7　小结　12.8　思考题第13章　网络广告　13.1　网络广告概述　13.2　网络广告过程　13.3　网络广告沟通与广告策略　13.4　网络广告中介选择　13.5　小结　13.6　思考题参考文献

编辑推荐

本书从高职高专学生的特点和实际出发，注意基本理论的阐述适度，着重介绍网络营销的基本知识和基本理论，突出网络营销在商务活动中的实际应用并适当关注未来网络营销的发展趋势。
本书介绍网络营销注意多配合典型的实例和实际操作，力求深入浅出、循序渐进，有利于培养学生分析问题和解决问题的能力及培养学生的动手能力。

第一图书网, tushu007.com

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