

<<网络营销基础与应用>>

图书基本信息

书名：<<网络营销基础与应用>>

13位ISBN编号：9787301123201

10位ISBN编号：7301123205

出版时间：2008-2

出版单位：北京大学

作者：张冠凤,李磊

页数：291

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>

<<网络营销基础与应用>>

内容概要

本书以教育部制定的“ 高职高专教育电子商务专业人才培养方案 ” 为依据，以电子商务专业职业技能要求为标准，全面、系统地介绍了网络营销的基本理论及相关技术，内容系统完整，语言精练。全书共分8章，分别介绍了市场营销与网络营销、网络营销战略规划、网络市场调研、网络营销渠道、网络促销、网络营销客户关系策略、网络营销广告及网络营销的相关技术。

本书紧紧围绕高等职业教育目标，将理论与实践紧密结合，配以典型案例和实训题目辅助学习，并针对性地设计了综合练习题目，以便学生了解自己掌握的程度，进行自主学习。

本书根据教育部对高职高专人才培养目标的要求编写，是高等职业技术学院、大专、成人教育院校的电子商务和市场营销及企业管理等专业的适用教材，也可作为自学参考书和培训教材。

<<网络营销基础与应用>>

书籍目录

第1章 市场营销与网络营销	1.1 现代市场营销概述	1.1.1 市场	1.1.2 市场营销的概念	1.1.3 市场营销的功能和作用	1.1.4 传统市场营销观念与现代市场营销观念的比较	1.1.5 市场营销的发展趋势	1.2 网络营销概述	1.2.1 网络营销产生的原因	1.2.2 网络营销的核心思想与定义	1.2.3 网络营销的特点	1.2.4 网络营销的职能	1.2.5 网络营销的发展趋势	1.3 网络营销的理论基础	1.3.1 直复营销理论	1.3.2 “软营销”理论	1.3.3 整合营销理论	1.3.4 关系营销理论	1.3.5 传统营销与网络营销	1.4 网络营销系统	1.4.1 网络营销系统的组成	1.4.2 网络营销系统功能	1.4.3 网络营销系统开发	1.5 网络营销的法规和政策	1.5.1 网络营销引出的法律问题	1.5.2 我国有关标准的发展现状	案例	综合练习题
第2章 网络营销战略规划	2.1 网络营销战略分析	2.1.1 网络营销战略目标	2.1.2 网络营销战略分析的内容	2.1.3 网络营销战略模式选择	2.2 网络营销战略策划	2.2.1 网络营销的产品策略	2.2.2 网络营销的价格策略	2.2.3 网络营销的品牌策略	2.2.4 网络营销的关系策略	2.2.5 网络营销的整合策略	2.3 网络营销战略计划的制订	2.3.1 网络营销战略计划的主要内容	2.3.2 网络营销战略计划的制订原则	2.4 网络营销实施与控制	2.4.1 网络营销实施运作过程	2.4.2 网络营销的组织机构	2.4.3 网络营销实施时机的决策	2.4.4 网络营销实施的投资决策	2.4.5 网络营销经营风险的控制	案例	综合练习题						
第3章 网络市场调研	3.1 网络市场	3.1.1 网络市场的含义及特征	3.1.2 网络市场的发展	3.2 网络消费者	3.2.1 网络消费者的购买过程	3.2.2 网络消费者的需求特征	3.2.3 影响网络消费者购买决策的因素	3.3 网络市场调研概述	3.3.1 网络市场调研的含义	3.3.2 网络市场调研的特点	3.3.3 网络市场调研的策略	3.4 网络市场调研的方法与步骤	3.4.1 网络市场调研的一般步骤	3.4.2 网络市场直接调研的方法	3.4.3 网络市场间接调研的方法	3.5 网络商务信息收集实务	3.5.1 网络商务信息收集与整理的方法	3.5.2 网络营销竞争对手信息	3.5.3 网络市场行情信息	3.5.4 消费者信息	3.5.5 网络市场环境信息	案例	综合练习题				
第4章 网络营销渠道	第5章 网络促销	第6章 网络营销客户关系策略	第7章 网络营销广告	第8章 网络营销的相关技术	参考文献																						

<<网络营销基础与应用>>

编辑推荐

《21世纪全国高职高专电子商务系列实用规划教材·网络营销基础与应用》根据教育部对高职高专人才培养目标的要求编写，是高等职业技术学院、大专、成人教育院校的电子商务和市场营销及企业管理等专业的适用教材，也可作为自学参考书和培训教材。

<<网络营销基础与应用>>

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>