

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787301123492

10位ISBN编号：7301123493

出版时间：2008-1

出版时间：北京大学

作者：谷宝华

页数：286

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

网络营销学是建立在传统市场营销学的理论基础上，结合现代网络技术和信息技术进行市场营销管理的一门新学科。

本书以现代营销学的原理为出发点，概要介绍传统营销学理论，在此基础上结合案例详细讲解网络营销的理论基础、网络营销市场、网络消费者、网络市场调研、网络营销策略组合、网络营销广告、网络营销网站策略、网络营销的常用工具和方法、网络营销顾客服务策略、网络营销服务以及网络营销的评价与控制等内容。

本书荟萃了最新的研究理论和研究成果，内容涵盖了从网络营销原理到网络营销内容和网络营销实施方法、手段等丰富的实战内容。

本书特为高校管理学科本科学生量身打造，希望形成一本集理论性、实践性于一体，体系新颖，深入浅出，适合本科学生课堂，可作为电子商务、信息管理、市场营销的专业教材，也可作为相关从业人员的培训用书。

<<网络营销>>

书籍目录

第1章 现代营销学原理 1.1 市场营销观念 1.2 消费者行为分析 1.2.1 消费者市场的含义及特点 1.2.2 影响消费者购买行为的因素 1.2.3 消费者市场购买行为分析 1.2.4 消费者购买决策过程 1.3 市场营销环境 1.3.1 微观环境 1.3.2 宏观环境 1.3.3 内部环境 1.4 市场细分与目标市场选择 1.4.1 市场细分的概念和标准 1.4.2 目标市场的选择 1.5 市场营销组合 1.5.1 产品策略 1.5.2 价格策略 1.5.3 促销策略 1.5.4 分销渠道策略 本章小结 思考与练习第2章 网络营销概述 2.1 网络营销的概念与特点 2.1.1 网络营销的定义 2.1.2 网络营销的特点 2.1.3 网络营销的内容 2.2 网络营销的产生与发展 2.2.1 网络营销的产生 2.2.2 网络营销的发展 2.3 网络营销与传统营销 2.3.1 网络营销对传统营销理论的冲击 2.3.2 传统营销是网络营销的基础 2.3.3 网络营销与传统营销的整合 2.4 网络营销理论 2.4.1 网络直复营销理论 2.4.2 网络关系营销理论 2.4.3 网络软营销理论 2.4.4 网络整合营销理论 本章小结 思考与练习第3章 网络营销市场分析 3.1 网络营销的外部环境 3.1.1 企业竞争环境的变化 3.1.2 时空观念的变化 3.1.3 市场形态的变化 3.2 网络营销的虚拟环境 3.2.1 企业营销理念的变化 3.2.2 网络营销带来的挑战 3.3 网络环境下企业如何开展营销 本章小结 思考与练习第4章 网络消费者分析第5章 网络市场调研第6章 网络营销策略组合第7章 网络营销广告第8章 网络营销网站策略第9章 网络营销的常用工具和方法第10章 网络营销的常用工具和方法第11章 网络营销服务第12章 网络营销的评价与控制参考文献

章节摘录

第1章 现代营销学原理： 引言： 随着网络全面地渗透到企业运营和个人生活当中，网络营销也逐渐为越来越多的企业所认识与采用。

然而，由于网络营销是一种很新型的营销手段，因此在实施的过程中，有许多错误的认识，影响了网络营销这种21世纪最有发展前景的营销手段的发展。

“网络营销就是建网站” “建网站就能帮企业赚钱”，企业建网站，只代表企业走出了开展网络营销的第一步。

有了网站，就有了通过互联网展示产品、展示服务的窗口。

但在茫茫网海中，如何建立你的品牌，让更多的人了解你的产品和服务，这才是网络营销真正要解决的核心问题。

还有认为“网络营销就是网上销售” “网上广告就是网络营销”，网络直销、网络广告，仅仅是网络营销体系的冰山一角。

成功的网络营销，不仅仅是一两次网络推广，而是集品牌策划、广告设计、IT技术、销售管理和市场营销等于一身的新型销售体系。

应该有完整周详的策划，加上准确有效的实施，才能够得到期待的效果。

我们应该明确，网络营销是在市场营销的基础上发展起来的，但仍属于市场营销的理论。

网络营销不单纯是网络技术，还是市场营销；网络营销不单纯是网上销售，还是企业现有营销体系的有利补充。

要想学好网络营销，首先要知道市场营销的基本理论。

市场营销学是一门建立在经济科学、行为科学、现代管理理论基础上的综合性应用学科。

市场营销学萌生于20世纪初期，形成于20世纪中叶，成熟于20世纪80年代，目前仍在不断发展之中。

近百年来，随着社会经济的发展，市场营销学发生了根本性的变化，从传统市场营销学演变为现代市场营销学，其应用从赢利组织扩展到非赢利组织。

在营销实践中，正确运用市场营销学的原理、方法和技巧，可以使企业以最小的营销资源，获取最大的经济和社会效益，增强市场的竞争能力，实现企业的营销目标。

了解市场营销学的基本原理是学习网络营销的入门基础。

.....

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>