

<<网络整合营销传播>>

图书基本信息

书名：<<网络整合营销传播>>

13位ISBN编号：9787302160359

10位ISBN编号：730216035X

出版时间：2007-9

出版时间：清华大学出版社

作者：姜旭平

页数：430

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>

## <<网络整合营销传播>>

### 内容概要

当今人类正处在一个技术转折、信息爆炸和市场急剧变化的时代。在这样一个变革的时代，企业依靠传统的营销媒体和手段，要想在茫茫的人海中准确寻找到对自己产品有需求的客户变得越来越难；同时客户和消费者要在浩浩的企业或产品之林中找到自己满意的商品也绝非易事。

营销和沟通的成本越来越高、过程越来越困难。

网络改变了商家和顾客之间的关系，迫使传统的营销模式发生革命性的变化。

于是，各种基于网络的营销整合和传播模式开始引起企业关注。

网络已经成为当代企业吸引并抓住客户、传播营销理念、展示产品特点、沟通市场信息、驱动市场发展的主渠道。

本书作为MBA、工商管理类专业的研究生、本科生和各类企业高层管理研修班的“网络营销”、“网络整合营销传播”、“电子商务”、“营销传播”、“信息管理”等课程的教材或相关自学、研究参考资料，可广泛适用于企业管理者、市场营销策划人员、电子商务与网络营销从业人员等。

同时，也可作为市场营销、企业管理、工商管理、电子商务、计算机应用、企业信息化等专业的研究生教育、工程硕士学历教育的“网络营销”、“电子商务”、“网络应用与传播”等课程的教学、研究参考资料。

广泛适用于从事企业信息化、网络技术应用各类工程技术和研究人员。

## <<网络整合营销传播>>

### 作者简介

姜旭平，清华大学经管学院营销系教授。  
1982年1月毕业于中南大学（学士），1985年6月毕业于清华大学（经济管理学院）（硕士）。  
毕业后留校（清华大学经济管理学院）任教至今。  
历任助教、讲师、副教授、教授。

曾获加拿大CIDA访问学者（1993年下半年，UNiversity of Waterloo），加拿大卡尔顿大学经济系  
博士研究生（1994年，Carleton University, Ontario政府奖学金），香港Croucher基金（The Croucher  
Foundation）访问学者（1998年，香港岭南大学）。

2001年6—9月美国德保大学（DePaul University）访问交流，法国EGIDA访问学者（2005年1—4月，法  
国巴黎高等商学院（HEC））。

曾任中国电子学会电子商务专家委员会主任委员，国家经贸委年鉴司《中国电子商务年鉴》副主  
编，商务部信息化司信息化推进专家委员会成员，中国人民银行“网上银行发展与监管专家组”成员  
，中国电子商务协会顾问，《电子商务世界》杂志专家委员会主任委员，清华大学管理科学与理论  
研究中心研究员，清华大学继续教育学院总裁类培训班教学顾问，中国电子学会高级会员，国家劳动  
部电子商务师标准制定委员会委员，北京信息协会理事，北京社科信息协会理事，中国信息协会网  
络营销专家委员会委员，（美）《当代管理技术》（Management Technology Today）特邀编委等。

1982年开始从事管理信息系统，决策支持系统，企业信息化的教学与研究，1992年开始专注于EDI  
应用，1995年开始研究网络与电子商务技术，1998年开始专注于网络营销研究。

2000年开始移动商务的经营、运作、应用和发展模式以及网络整合营销传播方法的研究。

在管理信息系统，决策支持系统、企业信息化建设、电子商务、电子采购与物流、移动商务、网络营  
销和新经济研究领域已经发表了18部学术专著和多篇论文。

目前主要研究兴趣和教授的课程有：网络营销、电子采购与物流、电子商务、移动商务及数据增  
值业务、网络环境下的组织与管理、量化经营分析方法与IT工具、企业信息化等。

## &lt;&lt;网络整合营销传播&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 技术基础篇第1章 网络和IT推动的商务及社会革命1.1 当代社会发展的三大进程1.1.1 社会的网络化进程1.1.2 经济的全球化1.1.3 贸易的自由化1.2 信息技术(IT)的发展1.2.1 从数值处理到数据处理1.2.2 从数据处理到知识处理1.2.3 从知识处理到网络处理1.2.4 IT与信息革命本章参考文献第2章 从互联网到综合网络环境2.1 互联网基础2.1.1 互联网的形成2.1.2 从学术网络到大众媒体的演变2.2 综合网络环境的形成2.2.1 宽带技术的应用2.2.2 数字电视和IPTV的普及2.2.3 IPv6和下一代互联网技术2.2.4 无线局域网2.2.5 移动接入技术2.3 互联网在中国的发展2.3.1 互联网在中国的发展历程回顾2.3.2 目前发展状况本章参考文献第3章 网络在经营和商务中的简单应用3.1 互联网信息资源分类3.1.1 URL的基本格式3.1.2 域名分类方法3.1.3 其他域名扩展模式3.2 网上常用的商务信息资源3.2.1 国内常用的网站域名举例3.2.2 国际常用的网站域名举例3.3 企业商务网站的创建3.3.1 申请网络域名3.3.2 设计网站页面3.3.3 脚本设计3.3.4 网络服务器的设置3.4 网络和网上商务信息资源的简单应用3.4.1 多种比URL更为简单的上网方式3.4.2 直接通过企业实名展开电子商务活动举例3.4.3 简单电子商务应用实例本章参考文献第二篇 电子商务篇第4章 电子商务的形成与发展4.1 电子商务的发展回顾4.1.1 EDI的产生与发展4.1.2 UN / EDIFACT标准的产生4.1.3 以商务网站为基础的电子商务4.1.4 NASDAQ市场大调整的启示4.1.5 2002年以后电子商务发展的特点4.1.6 2005年中国电子商务发展4.2 利用网络拓展经营范围4.2.1 利用网络发布 / 寻找信息, 开拓国际市场4.2.2 利用网络寻找价廉物美的货源4.2.3 电子商务适合于落后 / 偏远地区吗4.2.4 电子商务对中国出口贸易的影响4.3 经济全球化、网络环境和wTO4.3.1 市场和贸易壁垒的突破4.3.2 机遇与挑战并存: 不进则退本章参考文献第5章 电子商务分类及运行原理第6章 在线信息资源和B2B交易场第7章 典型电子商务应用案例析第三篇 网络营销篇第8章 网络营销的基本概念第9章 传播经营理念和引导消费趋势第10章 营销驱动市场发展第11章 服务与营销捆绑的主动营销第12章 网络增值服务营销第四篇 传播方法篇第13章 营销网站的创建、运行与管理第14章 搜索引擎营销第15章 信息群发和病毒传播式营销第16章 多种媒体沟通与互动第17章 流量及访问行为分析在营销分析中的应用第五篇 网络整合篇第18章 网络整合营销传播策略

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>