

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787302299011

10位ISBN编号：7302299013

出版时间：2012-9

出版时间：清华大学出版社

作者：商玮，段建 主编

页数：333

字数：521000

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

《实战型电子商务系列“十二五”规划教材：网络营销》共分九个学习项目，分别对营销型企业网站建设、搜索引擎优化、E-mail营销、博客与微博营销、网络广告营销、视频营销、事件营销、整合营销等十余种网络营销方式进行了详细的介绍。

《实战型电子商务系列“十二五”规划教材：网络营销》注重从实际案例的角度出发，通过对企业真实操作的展示来归纳整理出网络营销的技巧与步骤，实用性强。

同时，侧重实训与实践，帮助学生在在学习之余充分掌握网络营销的实际操作技能。

《实战型电子商务系列“十二五”规划教材：网络营销》适合作为职业院校电子商务等相关专业在校学生的网络营销教材，也适合企事业单位在职人员阅读参考。

## &lt;&lt;网络营销&gt;&gt;

## 书籍目录

## 项目一 营销型企业网站建设

## 模块一 学习案例

## 案例一 博星卓越教学实验网

- 任务一 博星卓越教学实验网需求分析
- 任务二 博星卓越教学实验网项目策划
- 任务三 博星卓越教学实验网的开发实施
- 任务四 博星卓越教学实验网的网站测试
- 任务五 博星卓越教学实验网的运营
- 任务六 博星卓越教学实验网的效果监测与分析

## 案例二 新竞争力企业网站

- 任务一 新竞争力网站需求分析
- 任务二 新竞争力网站项目策划
- 任务三 新竞争力网站的开发实施
- 任务四 新竞争力网站优化与推广
- 任务五 新竞争力营销实施效果评测分析

## 模块二 相关知识

## 模块三 实训项目

- 任务一 营销型企业网站需求分析
- 任务二 营销型企业网站项目策划
- 任务三 营销型企业网站设计与开发
- 任务四 营销型企业网站测试
- 任务五 营销型企业网站的运营与维护
- 任务六 营销型企业网站的效果监测与分析

## 项目二 搜索引擎优化

## 模块一 学习案例

## 案例一 博星卓越教学实验网网站SEO优化

- 任务一 博星卓越教学实验网SEO实施分析
- 任务二 博星卓越教学实验网SEO实施策划
- 任务三 博星卓越教学实验网SEO的实施
- 任务四 博星卓越教学实验网SEO效果监测

## 案例二 中国票务在线火车票频道SEO优化

- 任务一 中国票务在线火车票频道SEO实施分析
- 任务二 中国票务在线火车票频道SEO实施策划
- 任务三 中国票务在线火车票频道SEO的实施
- 任务四 中国票务在线火车票频道SEO效果监控

## 案例三 ha0123桥页导航SEO

## 模块二 相关知识

## 模块三 实训项目

- 实训一 搜索引擎模拟实训
  - 任务一 将网站提交至搜索引擎
  - 任务二 查看提交的网站
  - 任务三 蜘蛛抓取网站页面
- 实训二 SEO实训
  - 任务一 SEO实施分析
  - 任务二 SEO实施策划

## <<网络营销>>

任务三 SEO的实施

任务四 SEO的效果监控与分析

实训三 竞价排名

任务一 创意编写

任务二 关键词出价

项目三 E-mail营销

模块一 学习案例

案例一 2011中国网络营销大会参会邀请E-mail营销

任务一 策划E-mail营销方案

任务二 收集整理邮件列表

任务三 制作邮件内容

任务四 发送邮件

任务五 效果监控与评估

案例二 FT中文网邮件订阅

任务一 邮件订阅的项目分析

任务二 邮件订阅的项目策划

任务三 订阅邮件的发送

模块二 相关知识

模块三 实训项目

任务一 策划E-mail营销方案

任务二 收集整理邮件列表

任务三 制作邮件内容

.....

任务四 发送邮件

任务五 效果监控与评估

项目四 博客与微博营销

项目五 网络广告营销

项目六 视频营销

项目七 事件营销

项目八 其他网络营销方式

项目九 整合营销

参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：2.营销型企业网站的功能 电子商务是未来企业主要的商业运营方式，而建立网站是企业通向电子商务的第一步。

同时，企业网站是企业进行形象宣传、产品展示推广、与客户沟通、信息互动的阵地，所以企业建立自己的网站有利于树立自己的网上品牌，对企业的长远发展，企业文化和企业品牌的建设都有非常重要的意义。

那么营销型企业网站有哪些功能呢？（1）企业形象宣传功能。

企业在电子商务网站中可通过自己的web服务器、网络主页（Home Page）和电子邮件（E-mail）在全球范围内宣传企业形象和发布各种商品信息，而用户使用网络浏览器可以迅速找到所需的商品信息。与其他各种广告形式相比，在网上做广告的成本最为低廉，而给顾客的信息量却最为丰富。

由于网站每天24小时面向全世界开放，而且在中国，网络宣传的对象通常是20~35岁、有较高学历和较高收入的人，而这些人现在是社会的中坚力量，未来一二十年仍将是社会的中坚力量，所以网络宣传效果非常好。

（2）信息编辑功能。

企业在电子商务网站中不仅可以用文字、图片、动画等方式宣传自己的产品，而且可以介绍企业信息和企业领导、发布企业新闻、公布公司业绩、提供售后服务、介绍产品技术等。

网站上的信息更新比任何传统媒介都快，通常只需几分钟，从而使企业在最短的时间内发布最新的消息。

（3）咨询洽谈功能。

企业在电子商务网站中可借助非实时的电子邮件（E-mail）、新闻组（News Group）和实时的讨论组（Chat）来了解市场和商品信息、洽谈交易事务，如有进一步的需求，还可用网上的白板会议（Whiteboard Conference）、公告板BBS来交流即时的信息。

网上的用于咨询和洽谈的工具提供了多种方便的异地交谈形式，使人们的交流不受限制。

另外，网上的资料24小时向用户开放，用户只要使用电子商务网站提供的信息搜索与查询功能，就可以在电子商务数据库中轻松而快捷地找到所需的信息。

（4）网上商品订购功能。

企业在电子商务网站中通过Web服务器电子邮件的交互传送实现用户在网上的订购。

通常会在商品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互式表格，并通过导航条引导客户填写订购单。

当客户填完订购单后，系统回复确认信息单表示订购信息已收悉。

电子商务的客户订购信息采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄漏。

（5）网上支付功能。

企业在电子商务网站中实现网上支付是电子商务交易过程中的重要环节。

用户可采用信用卡、电子钱包、电子支票和电子现金等多种电子支付方式进行网上支付，采用电子支付的方式节省了交易的开销。

电子账户交易的网上支付由银行、信用卡公司及保险公司等金融单位提供的电子账户管理等金融服务来完成，用户的信用卡号或银行账号是电子账户的标志。

用户认证、数字签名、数据加密等技术措施的应用保证了电子账户操作的安全性。

## <<网络营销>>

### 编辑推荐

《实战型电子商务系列"十二五"规划教材:网络营销》适合作为职业院校电子商务等相关专业在校学生的网络营销教材,也适合企事业单位在职人员阅读参考。

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>