

<<教育部高职高专规划教材>>

图书基本信息

书名：<<教育部高职高专规划教材>>

13位ISBN编号：9787500589419

10位ISBN编号：7500589417

出版时间：2007-11-01

出版时间：中国财政经济出版社

作者：杜江萍 著

页数：279

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>

<<教育部高职高专规划教材>>

内容概要

《教育部高职高专规划教材：网络营销（第2版）》以市场营销的基本内容为主线，以培养学生正确的营销观念、营销与策划的基本能力为目的，阐述了市场营销的基本理论、基本知识、基本方法和市场营销发展的新方式。

《教育部高职高专规划教材：网络营销（第2版）》可作为高职高专院校营销、贸易、商务、管理、会计、秘书等专业的市场营销教材，也可作为营销、商务从业人员的参考用书和培训教材。

书籍目录

第一章 网络营销概述第一节 网络营销的概念第二节 网络营销的理论基础第三节 网络营销的技术基础
第四节 网络营销的内容及层次第五节 网络营销是21世纪营销的标志第二章 网络营销的组织与管理
第一节 网络营销的组织结构及特征第二节 网络营销管理第三章 网络市场调研第一节 网络市场调研的优
势第二节 网络市场调研的程序第三节 网络市场调研的策略第四节 互联网调查业的产生和发展第四章
网络市场细分化与网络营销目标市场策略第一节 网络市场的消费者需求特征第二节 影响消费者购买
行为的主要因素与网络营销方式第三节 网络市场细分策略第四节 网络目标市场策略第五章 网络营销
组合策略第一节 网络产品策略第二节 网络产品价格策略第三节 网络营销渠道策略及优势特点第四节
网上促销策略及优势特点第六章 网络营销品牌策略第一节 产品品牌策略第二节 网络企业的品牌策略
第七章 网络营销渠道策略第一节 网络营销渠道与传统营销渠道第二节 网络营销渠道的结构第三节 网
络营销渠道的设计与建设第四节 网络营销渠道策略第五节 网络营销渠道的冲突第八章 网络广告策略
第一节 网络广告概述_第二节 网络广告的沟通与特点第三节 网络广告的运用模式第四节 网络广告的管理
模式第九章 网络公共关系策略第一节 网络公共关系概述第二节 网络公共关系形式第三节 网络公共
关系策略第十章 网络顾客服务策略第一节 网络顾客服务概述第二节 网络顾客服务范畴第三节 网络顾
客服务策略主要参考文献

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>