

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787508442488

10位ISBN编号：7508442482

出版时间：2007-1

出版时间：中国水利水电出版社

作者：支庆达等

页数：260

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

网络营销作为适应网络经济时代的新营销理论，既构成了对传统营销的挑战，也为市场营销开拓了广阔的发展空间。

本书介绍了在互联网环境中开展网络市场营销活动的基本原理与策略，旨在提高读者利用互联网从事市场营销活动的技能。

本书共分12章。

主要内容包括网络营销的形成与发展、网络营销基础、网络营销系统、网络市场购买行为与购买决策过程、网络市场调研、网络目标市场营销战略、网络营销产品策略、网络营销价格策略、网络营销渠道策略、网络市场促销策略、网络广告策略、网络客户服务与管理。

本书可以作为电子商务与市场营销等专业的教材，也可供企业管理人员、从事网络营销工作的人员培训使用。

<<网络营销>>

书籍目录

序前言第1章 网络营销概述 1.1 网络营销的形成与发展 1.2 网络营销内涵 1.3 网络营销与传统营销 本章小结 复习题第2章 网络营销原理 2.1 网络营销观念与营销观念 2.2 网络营销的发展基础 2.3 网络营销的商务模式 本章小结 复习题第3章 网络营销系统 3.1 网络营销系统概述 3.2 网络营销站点的建设 3.3 网络营销电子支付系统 本章小结 复习题第4章 网络市场购买行为与购买决策过程 4.1 网络消费者市场特征与消费者购买行为的因素 4.2 影响消费者购买行为的因素 4.3 网络消费者购买决策过程 4.4 网络组织市场及其购买行为 本章小结 复习题第5章 网络市场调研 5.1 网络市场调研的内涵 5.2 网络市场调研的步骤 5.3 网络直接市场调研 5.4 网络间接市场调研 本章小结 复习题第6章 网络目标市场营销战略 6.1 网络市场细分 6.2 网络目标市场决策 6.3 网络市场定位 本章小结 复习题第7章 网络营销产品策略 7.1 网络产品概述 7.2 网络产品分类 7.3 网络产品组合 7.4 网络新产品开发 7.4 网络品牌策略 本章小结 复习题第8章 网络营销价格策略 8.1 网络营销定价概述 8.2 网络营销定价的特点与方法 8.3 网络营销定价策略..... 第9章 网络营销渠道策略第10章 网络市场促销策略第11章 网络广告策略第12章 网络客户服务与管理复习题答案参考文献

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>