

<<网络营销实务>>

图书基本信息

书名：<<网络营销实务>>

13位ISBN编号：9787560541150

10位ISBN编号：7560541151

出版时间：2012-1

出版时间：西安交通大学出版社

作者：陈月波

页数：293

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>

<<网络营销实务>>

内容概要

陈月波主编的《网络营销实务》分为理论和实训两部分。理论部分分别介绍了网络营销基本理念、网络营销环境分析、网络营销目标市场、消费者网络调研和企业定位、网络营销产品策略、网络营销价格策略、网络营销包装策略、网络营销渠道策略、独特的网站营销功能、网络营销计划与实施。实训部分按项目化教学的要求开发，安排了网络会员制营销、博客营销、即时通讯营销、BBS论坛营销、搜索引擎营销、网络广告、炒作营销等内容。

《网络营销实务》编写过程坚持理论和实践结合的原则，项目化的实训内容，既简单具体又富有实践性，同时普遍适用。实践教学环节安排可以在互联网上进行，无须购买软件。

本书可作为高职高专电子商务专业的教学用书，也可作为广大电子商务与网络营销从业者的参考用书。

<<网络营销实务>>

书籍目录

第一部分 网络营销理论

第一章 网络营销基本理念

案例导读：DELL成功的营销策略

第一节 网络营销概述

第二节 五种基本的网络营销观念

第三节 网络直复营销观念

第四节 绿色市场营销观念

第五节 交叉网络营销

第六节 大市场营销观念

第七节 网络整合营销观念

第八节 网络定制营销观念

第九节 网络柔性营销观念

第十节 关系营销

本章小结

本章思考题

第二章 网络营销环境分析

案例导读：索尼爱立信借力网络营销

第一节 网络营销环境分析概述

第二节 网络营销环境分析方法

第三节 网络营销微观环境分析

第四节 网络营销宏观环境分析

本章小结

本章思考题

第三章 网络营销目标市场

案例导读：美国PM公司的营销之道

第一节 网络市场分析概述

第二节 网络消费者需求分析

第三节 网络消费者购买行为分析

第四节 网络组织市场分析

第五节 网络目标市场选择

第六节 网络市场定位与营销组合策略

本章小结

本章思考题

第四章 网络营销产品策略

案例导读：腾讯公司简介

第一节 网络营销产品的整体概念及定位

第二节 网络营销产品的组合策略

第三节 网络营销产品文案

本章小结

本章思考题

第五章 网络营销价格策略

案例导读：如何打赢价格战

第一节 网络营销定价的优势和劣势

第二节 影响网络营销定价的因素

第三节 网络营销定价策略

<<网络营销实务>>

第四节 网络营销免费价格策略

本章小结

本章思考题

第六章 网络营销包装策略

案例导读：奢侈品太阳镜D&G包装

第一节 快递包装概述

第二节 电子商务货物仓储及包装发货的流程

本章小结

本章思考题

第七章 网络营销渠道策略

案例导读：眼镜零售，暴利行业之痛

第一节 网络渠道概述

第二节 传统渠道与网络渠道的关系

第三节 网络渠道分类

第四节 网络渠道管理

本章小结

本章思考题

第八章 独特的网站营销功能

案例导读：香莱尔服饰的困境

第一节 MSN导入

第二节 团购

第三节 搜索引擎优化

本章小结

本章思考题

第九章 网络营销计划与实施

案例导读：网络营销计划书范文

第一节 网络营销的计划

第二节 网络营销的实施

本章小结

本章思考题

第二部分 网络营销实训

项目一 网络会员制营销

知识目标

技能目标

实训内容

实训步骤

实践总结

项目二 博客营销

知识目标

技能目标

实训内容

实训步骤

实践练习

实践总结

项目三 即时通讯营销

知识目标

技能目标

<<网络营销实务>>

实训内容

实训步骤

实践总结

项目四 BBS论坛营销

知识目标

技能目标

实训内容

实践总结

项目五 搜索引擎营销

知识目标

技能目标

实训内容

实训步骤

实践总结

项目六 网络广告

知识目标

技能目标

实训内容

实训步骤

实践练习

实践总结

项目七 炒作营销

知识目标

技能目标

实训内容

实训步骤

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>