

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787802211568

10位ISBN编号：7802211565

出版时间：2006-8

出版时间：中国时代经济出版社

作者：俞立平

页数：347

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>>

前言

随着我国加入WTO，经济全球化已经成为现实，互联网的迅速普及改变了商务活动的运作模式，对企业的经营方式、支付手段和组织形式提出了强有力的挑战，并给社会经济和人们生活的各个方面带来深远的影响。

网络营销主要是指企业借助于网络和信息技术来实现其经营目标的一种新的模式，对传统市场营销理念、方法和手段产生了深远的影响，网络营销理论的发展进入了一个全新的历史时期。

20世纪90年代后期开始，电子商务在我国蓬勃发展，对既懂计算机又懂商务的复合型人才产生了巨大的需求。

近年来，不少出版社出版了网络营销方面的教材，各有特点。

随着互联网的迅猛发展，网络营销作为一门新学科，知识更新很快，需要不断对教材相关内容进行更新。

笔者在多年的教学中，对此感触颇深，在时代经济出版社的倡议和支持下，编写了这本教材。

本书力求囊括网络营销领域的最新知识，并结合最新案例进行分析。

全书由三部分组成：第一部分是宏观网络营销基础知识和环境，包括网络营销概论、技术基础、战略、市场与消费者行为。

<<网络营销>>

内容概要

本书力求囊括网络营销领域的最新知识，并结合最新案例进行分析。

全书由三部分组成：第一部分是宏观网络营销基础知识和环境，包括网络营销概论、技术基础、战略、市场与消费者行为。

第二部分是网络营销策略，包括网络营销的价格、产品、品牌、促销、广告、公共关系策略。

第三部分是网络营销的管理与实施。

编写本书的指导思想是给广大读者提供一个学习和了解网络营销知识的途径，基本指导思想是“新颖、实用、全面”，知识点和结构新颖，技术部分内容够用为度，理论知识内容全面，将网络营销理论与实务进行有机结合。

可作为高校经济类、管理类、信息类等专业的网络营销教材，也可供广大企事业单位人士参考。

<<网络营销>>

书籍目录

前言第一章 网络营销 第一节 网络营销的内涵 第二节 网络营销与传统营销的比较 第三节 网络营销模式 第四节 网络营销的劣势 案例：亚马逊跳上东方快车 收购卓越抢滩中国第二章 网络营销技术基础 第一节 互联网服务 第二节 电子支付 第三节 电子商务安全 第四节 网站建设 案例：IBM全球商务安全指数报告第三章 网络营销环境 第一节 网络营销环境概述 第二节 宏观环境因素 第三节 微观环境因素 第四节 网络营销环境分析报告的编写 第五节 环境分析的对策研究 案例第四章 网络营销战略 第一节 网络营销战略的含义和作用 第二节 网络营销战略的过程 第三节 网络营销战略的确定 案例第五章 网络消费者市场与消费者行为第六章 网络营销的价格策略第七章 网络营销产品策略第八章 网络营销品牌策略第九章 网络营销渠道第十章 网络促销策略第十一章 网络广告与网站推广第十二章 网络公共关系第十三章 网络营销服务策略第十四章 网络营销的实施、组织与控制

章节摘录

插图：

<<网络营销>>

编辑推荐

随着我国加入WTO，经济全球化已经成为现实，互联网的迅速普及改变了商务活动的运作模式，对企业的经营方式、支付手段和组织形式提出了强有力的挑战，并给社会经济和人们生活的各个方面带来深远的影响。

网络营销主要是指企业借助于网络和信息技术来实现其经营目标的一种新的模式，对传统市场营销理念、方法和手段产生了深远的影响，网络营销理论的发展进入了一个全新的历史时期。

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>