

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787810932851

10位ISBN编号：7810932853

出版时间：2005-8

出版时间：安徽合肥工业大学

作者：何建民主编

页数：236

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（第2版）》共分九章，通过对现代营销学理论的透视，回顾市场营销理论知识。

《网络营销（第2版）》系统地介绍了网络营销概念、内容、特点、基础与环境、市场性质、消费者行为分析、网络营销战略规划、网络市场的调研方法和手段、网络市场的产品和价格策略、网络营销的渠道和网络直销、网络营销促销策略与网络广告、网络营销的管理与控制内容。

《网络营销（第2版）》中大量运用实证分析的方法，对企业实施网络营销战略进行研究，分析网络营销组合策略应用变化及特点，掌握网络营销的市场定位与品牌延伸的方法。

通过《网络营销（第2版）》学习，读者可以系统地获得网络营销的知识，能较好地了解并掌握网络环境下企业开展网络营销活动的基本原理和方法，并能够以新的思维方式，使市场营销理论在网络虚拟市场下发展创新，在创新的过程中形成理论再指导实践，做到活学活用。

<<网络营销>>

书籍目录

第一章 市场营销知识 第一节 市场营销和市场营销观念 第二节 市场营销环境分析 第三节 目标市场营销 第四节 市场营销策略 思考题第二章 网络营销的基本理论 第一节 网络营销的概念 第二节 网络营销的产生与发展 第三节 网络营销内容和功能 第四节 网络营销的理论基础 第五节 网络营销方法 第六节 网络营销中应注意的问题 思考题第三章 网络市场及其消费者行为 第一节 网络市场及市场调研 第二节 网络消费者及消费者行为 思考题第四章 网络营销战略 第一节 网络营销战略概念 第二节 网络营销战略模型 第三节 网络营销战略规划与实施 第四节 网络营销战略规划模板 思考题第五章 交互式网络营销沟通 第一节 营销沟通基本概念 第二节 离线营销沟通方法 第三节 在线营销沟通方法 第四节 网络整合营销沟通 第五节 网络营销沟通成本与收益 思考题第六章 网络市场调研及信息搜集 第一节 网络市场调研概述 第二节 网络市场调研的步骤与方法 第三节 商情信息收集与整理 第四节 商情分析报告的撰写 思考题第七章 网络营销产品与价格策略 第一节 网络营销产品策略 第二节 网络营销价格策略 思考题第八章 网络营销渠道及直销策略 第一节 网络分销渠道概述 第二节 网络营销的交易过程 第三节 网络分销渠道策划 思考题第九章 客户关系管理 第一节 基本概念 第二节 客户细分与在线沟通 第三节 在线客户管理与“一站式”服务 第四节 客户忠诚度 第五节 客户关系管理系统 思考题参考文献

章节摘录

第一章 市场营销知识 第一节 市场营销和市场营销观念一、市场营销含义与相关概念美国市场营销协会于1985年对市场营销下了比较完整和全面的定义：市场营销“是对思想、产品及劳务进行设计、定价、促销及分销的计划和实施的过程，从而产生满足个人和组织目标的交换”。

市场营销涉及其出发点，即满足顾客需求，还涉及以何种产品来满足顾客需求，如何才能满足消费者需求，即通过交换方式，产品在何时、何处交换，谁实现产品与消费者的联接。

可见，市场营销的核心概念应当包含需求及相关的欲求、需要，产品及相关的效用、价值和满足，交换及相关的交易和关系，市场、市场营销及市场营销者。

因此，市场营销涉及如下核心概念：需要、欲望和需求，产品，效用、价值和满足，市场。

（一）需要、欲望和需求需求指消费者生理及心理的需求，如人们为了生存，需要食物、衣服、房屋等生理需求及安全、归属感、尊重和自我实现等心理需求。

.....

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>