

<<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：9787811353457

10位ISBN编号：7811353458

出版时间：2009-10

出版时间：暨南大学出版社

作者：刘迎春 主编

页数：217

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>

前言

“十一五”期间，教育部、财政部决定实施国家示范性高等职业院校建设计划，通过重点建设100所国家示范性高职院校，带动全国高职院校深化改革，提升高等职业教育的整体建设水平。

这标志着我国高等职业教育进入了一个追求内涵发展的新历史阶段。

这是科学发展观在我国高等教育领域的具体体现，对促进我国高等职业教育更好更快发展具有重大的战略意义。

在人数与规模上，高职教育已占有我国高等教育的半壁江山。

经过多年的发展，高职教育已从当初规模化建设转向突出内涵发展，转向深入课程改革与提升学生的核心专业能力培养上来。

在当前全国各类学校争创示范院校的形势下，我国高等职业教育正在进行一场颠覆性变革。

如何进行内涵建设，提高课程教学质量，是当前所有高职院校面临的一项重要课题。

随着我国生产力水平的不断提高，市场竞争日益激烈，传统的营销方式越来越不能满足经济发展的需要，市场向营销工作提出了更高要求，也向营销人才培养提出了更高要求。

2006年以来，广东交通职业技术学院开始在全院各专业中大力推行基于工作过程和岗位能力的课程教学改革。

我们通过工学结合基地建设、专家讲座、说课比赛、教学示范、教学观摩、教学评价、教师培训、教案评比等一系列工作，将教学改革逐步推进，并在各专业与一线教师中深入开展。

根据我院“航标灯精神”和“铺路石品格”的人才培养理念，各专业对原有的专业课程体系进行了根本性的改造，并取得了初步的成效。

为了满足实际教学的需要和进一步巩固改革成果，在充分调研与分析的基础上，我们组织近二十所高职学校的百余位专业老师及多名知名企业的专业人士共同编写了这套营销类专业能力本位系列教材。我们力求将知名企业实践与理论有机结合起来，以就业岗位为导向，强调分析企业实际工作过程与岗位关键能力训练。

重点结合近年来国内尤其是广东的知名企业营销工作来进行内容提炼与编排。

充分听取和吸收企业人员的意见，每一本教材都有企业顾问参与编写或是进行审核。

合理补充新知识与新内容，充分体现高职教育的特点。

每一个案例、技能训练活动、习题等都精益求精，强调实践性与可操作性。

真正把教师备课、授课、辅导答疑、学生考证、企业实际工作内容、岗位能力训练等教学、实训环节有机地结合起来。

<<网络营销实务>>

内容概要

本书是“高职高专营销类专业能力本位系列教材”之一，全书共分10个章节，主要对网络营销实务中涉及到的知识作了介绍，具体内容包括网络营销概述、网络调研、网站优化、网络在线服务、网络营销管理等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<网络营销实务>>

书籍目录

总序前言模块一 网络营销概述 1.1 互联网基础知识 1.2 网络营销的含义和特点 1.3 网络营销与传统营销 1.4 网络营销与电子商务的关系 1.5 网络营销现状模块二 网络营销环境 2.1 网络营销环境概述 2.2 网络营销系统 2.3 网络个人客户购买行为分析 2.4 网络团购客户购买行为分析模块三 网络营销产品、价格、渠道策略 3.1 网络营销产品特征和策略 3.2 网络营销定价特点和策略 3.3 网络营销渠道的构成模块四 网络调研 4.1 网络调研概述 4.2 网络调研的问卷设计 4.3 网络调研渠道的选择 4.4 网络调研方案的实施 4.5 网络调研报告的撰写模块五 网站优化 5.1 网站建设概述 5.2 网站营销站点建设 5.3 网站易用性研究 5.4 网站诊断 5.5 网站优化 5.6 网站建设市场分析模块六 网站推广 6.1 企业网站 6.2 搜索引擎 6.3 电子邮件 6.4 论坛 6.5 博客(Blog)与RSS模块七 网络在线服务 7.1 网络在线服务概述 7.2 FAQ 7.3 在线表单 7.4 在线即时通信 7.5 在线自助服务和论坛模块八 网络促销 8.1 网络促销概述 8.2 网络促销的实施过程 8.3 网络公共关系 8.4 E-mail、搜索引擎、博客等在网络促销中的运用模块九 网络广告 9.1 网络广告概述 9.2 网络广告的主要表现类型 9.3 网络广告管理 9.4 网络广告效果模块十 网络营销管理 10.1 实施网络营销的组织准备 10.2 网络品牌管理 10.3 客户关系管理 10.4 网络营销效果评价参考文献

章节摘录

插图：模块一网络营销概述1.2 网络营销的含义和特点一、网络营销的含义网络营销概念的同义词包括：网上营销、互联网营销、在线营销、网络行销等。

网络营销就是以互联网为主要平台开展的营销活动。

网络营销作为一种新鲜事物，尚未在业界获得公认的、完善的定义，如何定义网络营销其实并不是最重要的，关键是要理解网络营销的真正意义和目的，也就是充分认识互联网这种新的营销环境，利用各种互联网工具为企业营销活动提供有效的支持。

无论其注重网络后台技术、网络推广技巧，还是关注市场营销本身，理解网络营销的含义，都要明确注意以下几点：（1）网络营销是以达成交易为目的的。

美国营销协会对市场营销的定义是：“营销是计划和执行关于商品、服务和创意的观念、定价、促销和分销，以创造符合个人和组织目标的交换的一种过程。

”在营销的潜在交易中，至少有一方正在考虑如何从另一方获得其所渴求的反应，以达成交易事实。

网络营销以营销为本质，同样需要以达成交易为核心。

<<网络营销实务>>

编辑推荐

《网络营销实务》：高职高专营销类专业能力本位系列教材。

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>