

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787111142751

10位ISBN编号：7111142756

出版时间：2004-6-1

出版时间：机械工业出版社

作者：查菲

页数：302

译者：吴冠之

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

作为营销活动中的工具，因特网的功能日益增多，也日益受欢迎。

本书的写作目的就是帮助营销人员学习有效运用因特网所需的知识和技能。

具体来说，本书主要针对下列需求应用而生；了解因特网在多大程度上改变孙发前的营销模式，是否有新的模型和战略可以用于更有效地开发这个种媒介；营销实践者需要实用的网络管理技能；迅速变化的市场特征和网络营销实践中的良好表现。

本书可作为管理专业本科生、研究生、MBA和各类企业高层管理研讨班的教材或相关自学、研究的参考资料，也可作为电子商务、工程硕士的教学和研究参考资料，还适用于从事企业信息化、网络技术及计算机应用各类工程技术和研究人员的教育或培训。

<<网络营销>>

作者简介

作者：（英国）查菲（Chaffey Dave） 译者：吴冠之

<<网络营销>>

书籍目录

译者序前言第一部分 网络营销基础 第1章 网络营销介绍 引言 1.1 因特网和营销的概念 1.2 网络营销定义 1.3 因特网为营销人员带来的好处 1.4 因特网技术简介 1.5 网络营销沟通和传统营销沟通的区别 小结 第2章 因特网微观环境 引言 2.1 市场 2.2 组织的特征和能力 2.3 顾客 2.4 供应商 2.5 竞争者 2.6 中间媒介 小结 第3章 因特网宏观环境 3.1 社会和道德因素 3.2 技术因素 3.3 经济因素 3.4 政治和法律因素 小结第二部分 因特网战略的开发 第4章 网络营销战略 引言 4.1 整合网络营销战略 4.2 通用的战略方法 4.3 形势分析 4.4 战略目标制定 4.5 战略制定 4.6 战略实施 小结 第5章 因特网与营销组合 第6章 因特网中的关系营销第三部分 网络营销：应用与实践 第7章 提供高质量的在线服务 第8章 交互式营销沟通 第9章 维护和监测在线情况 第10章 B2C网络营销 第11章 B2B网络营销 词汇表

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>