

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787115166043

10位ISBN编号：7115166048

出版时间：2007-10

出版时间：人民邮电

作者：孙熙安

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

全书由3篇共14章构成，包括：数字世界，网上在线个人，因特网商业模式，客户支持和在线质量，新产品开发与因特网，创建访问量和建立品牌，网上在线社区，因特网在线定价，电子商务，网上营销计划和网上营销组织与法律等内容。

本书结构合理，语言通俗易懂，内容贴近企业网络营销实际，使学生通过学习，就可以该书为基础，进行网络营销实践。

本书适用于电子商务专业本科课程教学，亦可作为相关专业(包括工商管理、信息管理、物流管理和旅游管理等专业)的本科生、专科生或专升本学生的参考书籍，以及从事企业网络营销实际工作的专业人士的参考资料或培训教材。

<<网络营销>>

书籍目录

第一篇 网络营销架构	第1章 绪论	1.1 因特网的商业开始	1.1.1 非商用网络
	1.1.2 因特网起步	1.1.3 因特网的良性循环	1.2 商业网站(X.COM) 1.2.1
	快速的增长	1.2.2 因特网站发展的三个主要阶段	1.2.3 客户对客户商务
	1.2.4 顾客就是合作者	1.3 20世纪与21世纪初的营销和技术	1.4 本书内容构成
小结	思考题	第2章 数字世界	2.1 数字化 2.1.1 数字技术 2.1.2 用
于营销的数字的优点		2.2 摩尔定律和数字成本	2.2.1 什么是摩尔定律 2.2.2
运用摩尔定律		2.2.3 摩尔定律会继续吗	2.3 数字环境分析 2.3.1 计算机与数
字环境		2.3.2 穆雷的数字框架	2.4 数字汇聚 2.5 数字化是如何运行的 2.6
营销过程的数字化		2.6.1 数字化营销	2.6.2 采用业务过程观点 小结
思考题	第3章 网络	3.1 通过因特网进行营销	3.1.1 网络是一种社会技术
	3.1.2 普遍存在	3.1.3 宣传、网络规模和价值	3.1.4 资源共享 3.1.5 专
专业化		3.1.6 虚拟价值活动	3.1.7 因特网为什么会运转 3.2 因特网会出问题
	3.2.1 中断和停机	3.2.2 因特网延迟	3.3 企业内部网络 小结 思考
题	第4章 网上在线个人	4.1 企业对个人在线营销	4.1.1 互动、客户接触
	4.1.2 直接沟通	4.1.3 个人的选择	4.1.4 友好、易用的技术 4.2 网上在线
客户行为		4.2.1 媒体=真实生活	4.2.2 社会线索 4.2.3 品质线索
访问		4.2.4 认知的困难	4.2.5 “流”状态 4.3 因特网用户 4.3.1 收入与因特网
		4.3.2 其他重要的人口统计学变量	4.3.3 语言和文化 小结 思考题
	第5章 因特网商业模式	5.1 因特网给企业带来的利益	5.1.1 基于改进的利益
	5.1.2 基于收入的商业模式	5.2 闭合循环营销	5.2.1 营销活动与反应
	5.2.2 因特网链	5.2.3 评价因特网链	小结 思考题
第6章 客户支持和在线质量	第7章 个人化	第8章 新产品开发与因特网	第9章 创建访
问量和建立品牌	第10章 网上在线社区	第11章 因特网在线定价	第12章 电子商务 第
三篇 网络营销实施和组织	第13章 网上营销计划	第14章 网上营销组织与法律	参考文献

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>