

<<电子商务与网络营销>>

图书基本信息

书名：<<电子商务与网络营销>>

13位ISBN编号：9787121067402

10位ISBN编号：7121067404

出版时间：2008-6

出版时间：电子工业出版社

作者：陈拥军，孟晓明 著

页数：213

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>

## <<电子商务与网络营销>>

### 内容概要

本书将电子商务与网络营销有机结合起来，系统地介绍基于电子商务的网络营销。本书知识结构分为四个层次：第一层，包括第1章和第2章，介绍电子商务和网络营销的基本概念和基础知识，理解和辨析电子商务与传统商务、电子商务与网络营销的区别与联系。第二层，即第3章，介绍电子商务与网络营销的结合问题。第三层，包括第4章和第5章，介绍电子商务网络营销的战略和策略，是本书的重点。第四层，即第6章，介绍电子商务与网络营销的发展与展望。本书可作为电子商务，市场营销等相关专业的教材，也可和作为企业管理人员和市场营销人员的学习和参考用书。

## <<电子商务与网络营销>>

### 作者简介

陈拥军，男，1962年出生，博士，教授，硕士研究生导师。

现为中国信息经济学会电子商务专业委员会委员、中国电子商务协会会员、电子政务理事会理事、广东省互联网协会理事、广东省电子商务协会理事、广东商学院学术委员会和教学指导委员会委员、广东省电子商务市场应用技术重点实验室主任。

主持和参与多项国家、省部级科研课题，获得广东省哲学社会科学优秀成果一等奖和广东省教学成果一等奖等各种奖励多项。

出版《财富黑洞》、《网络时代的管理》、《网络经济中税收信息化及其风险研究》等专著。

主讲电子商务、电子商务管理、市场营销、管理信息系统等课程。

在本书中，提出了编写纲目，完成了第1章、第2章和第3章的编写，并负责本书的通校。

孟晓明，男，1965年出生，硕士，副教授。

现任教广东商学院信息学院信息管理系，广东省电子商务市场应用技术重点实验室兼职研究员，广东商学院“中青年”骨干教师，广东省高校“千百十”人才工程重点培养教师。

主持和参与广东省哲学社会科学规划项目等省部级科研课题多项，并获得部级三等奖一项。

参编《管理信息系统》等教材多部。

主讲电子商务、管理信息系统、电子商贸信息系统、系统科学、系统工程等课程。

在本书中，编写了第4章、第5章和第6章，并负责本书的修订。

## &lt;&lt;电子商务与网络营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 电子商务概论 11.1 电子商务概述 31.1.1 电子商务的概念 31.1.2 电子商务的理论基础 81.1.3 电子商务的模式 91.1.4 电子商务与传统商务的区别 1.1.4 及其优势 131.1.5 我国电子商务的应用现状 151.2 电子商务的技术基础 181.2.1 电子数据交换 181.2.2 因特网技术 181.2.3 Web浏览技术 181.2.4 数据库技术 191.2.5 电子支付技术 191.2.6 安全技术 201.3 电子商务系统 201.3.1 电子商务系统的组成 201.3.2 电子商务系统的规划 241.3.3 电子商务系统的设计 251.3.4 电子商务系统的开发 27本章小结 30案例评析 31复习思考题 32第2章 网络营销概论 332.1 网络营销概述 352.1.1 营销的概念及网络营销的概念 2.1.1 和内容 352.1.2 网络营销的功能与特点 382.1.3 网络营销与传统营销的比较 412.1.4 我国网络营销概述 442.2 网络营销的理论基础 472.2.1 直复营销理论 482.2.2 关系营销理论 482.2.3 软营销理论 492.2.4 整合营销理论 502.3 网络营销的技术基础 512.3.1 流媒体技术 522.3.2 实时文字、音频/视频技术 522.3.3 Webservice技术 522.3.4 数据挖掘和数据分析技术 522.4 网络营销的方法 532.4.1 搜索引擎营销 532.4.2 E-mail营销 542.4.3 数据库营销 562.4.4 博客营销 572.4.5 RSS营销 582.4.6 Web 2.0营销 592.4.7 口碑营销 602.4.8 网络广告营销 612.4.9 短消息营销 612.4.10 其他网络营销方法 61本章小结 61案例评析 62复习思考题 63第3章 电子商务与网络营销的结合 643.1 电子商务对市场营销的影响 663.1.1 电子商务对企业营销的影响 663.1.2 电子商务下营销管理的创新 693.1.3 电子商务下网络营销的特点 713.1.4 电子商务与网络营销的比较 743.2 电子商务网络营销 763.2.1 电子商务网络营销概述 773.2.2 电子商务网络营销的功能 783.2.3 电子商务网络营销的一般过程 793.3 电子商务网络营销的意义 80本章小结 82案例评析 83复习思考题 84第4章 电子商务网络营销的战略 854.1 电子商务网络营销战略概述 864.1.1 电子商务网络营销战略概述 874.1.2 电子商务网络营销战略分析 884.1.3 电子商务网络营销战略的制定 924.2 电子商务网络营销战略的理论 934.2.1 电子商务网络营销战略的4.2.1 理论基础 934.2.2 电子商务网络营销战略的观点 984.3 电子商务网络营销战略的规划 994.3.1 电子商务网络营销战略规划 4.3.1 的内容 1004.3.2 电子商务网络营销战略规划 4.3.2 的实施 103本章小结 105案例评析 106复习思考题 107第5章 电子商务网络营销的策略 1085.1 电子商务网络营销产品策略 1105.1.1 电子商务网络营销产品 5.1.1 的定义 1105.1.2 电子商务网络营销产品的分类 5.1.2 及特征 1125.1.3 电子商务网络营销产品策略 5.1.3 的内容 1145.2 电子商务网络营销价格策略 1175.2.1 电子商务网络营销价格 5.2.1 的定义 1175.2.2 电子商务网络营销价格策略 5.2.2 的内容 1185.3 电子商务网络营销渠道策略 1215.3.1 电子商务网络营销渠道概述 1215.3.2 电子商务网络营销渠道 5.3.2 的构建 1265.4 电子商务网络营销服务策略 1275.4.1 电子商务网络营销服务概述 1275.4.2 电子商务网络营销服务 5.4.2 的实施 1295.5 电子商务网络营销促销策略 1325.5.1 网络促销的基本概念 1325.5.2 网络促销的目的和作用 1355.5.3 网络促销的实施 1365.5.4 网络促销的评估 1415.5.5 网络促销策略的内容 1435.5.6 网络促销的方式 1475.5.7 常用的网络促销方法 165本章小结 167案例评析 170复习思考题 171第6章 电子商务与网络营销的发展第6章 与展望 1736.1 电子商务的发展与展望 1746.1.1 电子商务的发展趋势 1756.1.2 移动电子商务 1776.2 网络营销的发展与展望 1926.2.1 网络营销的发展趋势 1926.2.2 无线网络营销 1936.3 电子商务网络营销的发展趋势 206本章小结 207案例评析 208复习思考题 209参考文献 210

章节摘录

第1章 电子商务概述 引导案例 阿里巴巴网站运营模式 阿里巴巴 (WWW.alibaba.com) 是目前全球最大的网上贸易市场和企业间电子商务 (BtoB) 网站, 拥有国际网、全球华商网和中国网三个网站, 有200多万名会员和40多万个专业买家, 每天向全球发布近10万条最新供求信息, 网站月浏览量高达2亿人次。

阿里巴巴网站目前汇集了全球202个国家 (地区) 的商业信息, 是中国面向国际贸易领域最大最活跃的网上市场, 也是许多中小企业面向国际市场和进行跨区域交易的重要平台。

作为一个中国人自己建立的电子商务平台, 它是如何能击败国际上著名的竞争对手亚马逊和OpenMarket等公司, 取得巨大成功的呢?

早在2000年7月, 美国权威财经杂志《福布斯》(Forbes) 从全球1000多家电子交易市场 (E—marketplace) 中选出做得最好的BtoB企业, 阿里巴巴被评为综合类BtoB网站的第一名。

在全世界范围内, 阿里巴巴聚集了最多的中国中小企业。

据《远东经济评论》的“亚洲企业上网状况”的调查报告, 阿里巴巴被亚洲企业评选为全球最受人欢迎的BtoB网站。

2004年, 《福布斯》公布了2004年度阿里巴巴再次名列全球最佳BtoB (企业对企业) 网站第一, 不仅是中国唯一入选网站, 而且是全球唯一一家连续五年当选最佳的网站。

阿里巴巴开创的企业间电子商务平台, 被国内外媒体、硅谷和国外风险投资家誉为与雅虎门户网站模式、亚马逊BtoC (企业对客户) 模式和Ebav的CtoC (客户对客户) 模式比肩的, 为商人与商人之间实现电子商务而服务的因特网第四种模式—Bmarketplace。

《财富》曾宣称: 阿里巴巴在英国很有名, 他们正在改变全世界做生意的方式。

英国前首相布莱尔在上海访问时对阿里巴巴的评价是: 阿里巴巴正在帮助全世界企业在因特网 (Internet) 时代实现WTO梦想。

一个由中国人自己创建的BtoB商务交易网站如何取得成功?

阿里巴巴网站是怎样一种电子商务模式?

这种电子商务模式为BtoB电子商务在中国的发展有何启示?

## <<电子商务与网络营销>>

### 编辑推荐

本套教材特色如下 按照市场营销的知识体系编写，学术规范，反映最新的营销理念、方法、知识。

包含了实际企业经营中的案例，引发学生的学习兴趣，培养实际操作能力。

基础理论知识、应用和实践并重，包含丰富的补充阅读资料、思维与创新栏目等。

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>