

<<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：9787121156816

10位ISBN编号：7121156814

出版时间：2012-2

出版时间：电子工业

作者：陈拥军//孟晓明

页数：205

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

本书在上一版的基础上进行了全面更新，增加了电子商务和网络营销的新特点和新数据，力求内容新颖。

本书将电子商务与网络营销有机地结合起来，系统地介绍了基于电子商务的网络营销。

在写作手法上，采用案例导入式写作模式，每章首先给出一个具体案例并提出问题，通过学习导航引导读者带着“问题”进入学习；最后再以引导案例的评析作为结束，前后呼应，有助于读者对所学知识的深入理解和反思。

每章的复习思考题内容丰富，可进一步加深读者对重要知识点的理解和应用。

<<电子商务与网络营销>>

书籍目录

第1章 电子商务概论

1.1 电子商务概述

- 1.1.1 电子商务的概念和功能
- 1.1.2 电子商务与传统商务的区别及优势
- 1.1.3 电子商务的模式
- 1.1.4 电子商务的理论基础
- 1.1.5 我国电子商务的应用现状

1.2 电子商务的技术基础

- 1.2.1 电子数据交换
- 1.2.2 互联网技术
- 1.2.3 Web浏览技术
- 1.2.4 数据库技术
- 1.2.5 电子支付技术
- 1.2.6 安全技术

1.3 电子商务系统

- 1.3.1 电子商务系统的组成
- 1.3.2 电子商务系统的规划
- 1.3.3 电子商务系统的设计
- 1.3.4 电子商务系统的开发

扩展阅读

本章小结

案例评析

复习思考题

第2章 网络营销概论

2.1 网络营销概述

- 2.1.1 网络营销的概念
- 2.1.2 网络营销与传统营销的比较
- 2.1.3 我国网络营销概述

2.2 网络营销的理论基础

- 2.2.1 直复营销理论
- 2.2.2 关系营销理论
- 2.2.3 软营销理论
- 2.2.4 整合营销理论

2.3 网络营销的技术基础

- 2.3.1 流媒体技术
- 2.3.2 实时文字、音频/视频技术
- 2.3.3 Webservice技术
- 2.3.4 数据挖掘和数据分析技术

2.4 网络营销的方法

- 2.4.1 搜索引擎营销
- 2.4.2 E-mail营销
- 2.4.3 数据库营销
- 2.4.4 博客营销
- 2.4.5 RSS营销
- 2.4.6 Web 2.0营销

<<电子商务与网络营销>>

- 2.4.7 口碑营销
- 2.4.8 网络广告营销
- 2.4.9 短消息营销
- 2.4.10 其他网络营销方法

扩展阅读

本章小结

案例评析

复习思考题

第3章 电子商务与网络营销的结合

3.1 电子商务对市场营销的影响

3.1.1 电子商务对企业营销的影响

3.1.2 电子商务下营销管理的创新

3.1.3 电子商务与网络营销的相同点、不同点及联系

3.1.4 电子商务下网络营销的特点

3.2 电子商务网络营销

3.2.1 电子商务网络营销概述

3.2.2 电子商务网络营销的功能

3.2.3 电子商务网络营销的一般过程

3.3 电子商务网络营销的意义

扩展阅读

本章小结

案例评析

复习思考题

第4章 电子商务网络营销的战略

4.1 电子商务网络营销战略概述

4.1.1 电子商务网络营销战略的内容、要素及作用

4.1.2 电子商务网络营销战略的目标

4.1.3 电子商务网络营销战略的原则

4.2 电子商务网络营销战略的理论基础

4.2.1 企业战略管理理论

4.2.2 现代管理理论

4.2.3 现代营销理论

4.3 电子商务网络营销战略的分析与制定

4.3.1 电子商务网络营销战略的分析

4.3.2 电子商务网络营销战略的制定

4.4 电子商务网络营销战略的规划与实施

4.4.1 电子商务网络营销战略的规划

4.4.2 电子商务网络营销战略规划的

实施

扩展阅读

本章小结

案例评析

复习思考题

第5章 电子商务网络营销的策略

5.1 电子商务网络营销产品策略

5.1.1 电子商务网络营销产品概述

5.1.2 电子商务网络营销产品的分类及特征

<<电子商务与网络营销>>

5.1.3 电子商务网络营销产品策略的内容

5.2 电子商务网络营销价格策略

5.2.1 电子商务网络营销价格概述

5.2.2 电子商务网络营销价格策略的类型

5.3 电子商务网络营销渠道策略

5.3.1 电子商务网络营销渠道概述

5.3.2 电子商务网络营销渠道的构建

5.4 电子商务网络营销服务策略

5.4.1 电子商务网络营销服务概述

5.4.2 电子商务网络营销服务的实施

5.5 电子商务网络营销促销策略

5.5.1 网络促销概述

5.5.2 网络促销的实施

5.5.3 网络促销的评估

5.5.4 网络促销的策略

5.5.5 网络促销的方式

5.5.6 常用的网络促销方法

扩展阅读

本章小结

案例评析

复习思考题

第6章 电子商务与网络营销的发展与展望

6.1 电子商务的发展与展望

6.1.1 电子商务的发展趋势

6.1.2 移动电子商务

6.2 网络营销的发展与展望

6.2.1 网络营销的发展趋势

6.2.2 无线网络营销

6.2.3 微博营销

扩展阅读

本章小结

案例评析

复习思考题

参考文献

章节摘录

版权页：插图：（4）网上支付。

网上支付是电子商务交易过程中的重要环节。

顾客和商家之间可采用信用卡、电子钱包、电子支票和电子现金等多种电子支付方式进行网上支付，在网上直接采用电子支付手段将可省略交易中很多人员的开销。

对于网上支付的安全问题现在已有SET协议等来保证信息传输的安全性。

（5）电子账户。

网上的支付必须要有电子金融来支持，即银行或信用卡公司及保险公司等金融单位要为金融服务提供网上操作服务，而电子账户管理是其基本的组成部分。

信用卡号或银行账号都是电子账户的一种标志，而其可信度需配以必要技术措施来保证，如数字凭证、数字签名、加密等手段的应用，确保电子账户操作的安全性。

（6）服务传递。

电子商务通过服务传递系统将所有顾客订购的商品尽快地传递到他们手中。

服务传递系统可以对本地和异地的仓库在网络上进行物流调配并通过物流服务来完成商品的传送；而对于无形的信息产品，如软件、电子读物、信息服务等，能直接从电子仓库中传送到用户：端。

（7）意见征询。

电子商务能十分方便地采用网页上的表单来收集用户对销售服务的反馈意见，这样使企业的市场运营能形成一个封闭的回路。

顾客的反馈意见不仅能提高售后服务的水平，更能使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

（8）交易管理。

电子商务的交易管理可以完成参加网上交易活动全过程的人、财、物，企业和企业、企业和顾客及企业内部等各方面的协调和管理。

电子商务的上述功能提供了一个良好的交易管理的网络环境及多种多样的应用服务系统，使电子交易过程得以顺利和安全地完成，并能保障电子商务获得更广泛的应用。

1.1.2 电子商务与传统商务的区别及优势电子商务利用网络技术，将传统商业活动中物流、资金流、信息流的传递方式进行整合，企业将重要的信息以全球信息网（WWW）、企业内部网或企业外部网直接与分布各地的顾客、员工、经销商及供应商连接，创造更具竞争力的经营优势。

电子商务与传统商务在基本特征、竞争原则、经营理念、组织结构、运作过程、市场营销、物流、消费方式、经济学原理等方面都存在差异，概括如下。

<<电子商务与网络营销>>

编辑推荐

《电子商务与网络营销(第2版)》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。

文、图、表有机结合，使知识形象化，学生好学易记。

配套教学资源，使老师好教，学生好学。

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>