

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787300081434

10位ISBN编号：7300081436

出版时间：2007-7

出版时间：商品流通与市场

作者：16开

页数：447

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

近年来，世界上许多国家的经济发展都呈现出一种新的趋势，那就是高增长、低通胀。经济学家们都在研究导致这一现象的原因，比较一致的意见是经济全球化的深入和信息技术的日益普及。

经济全球化的深入使得信息、资源和人才得以更加顺畅地流动，降低了成本；而信息技术的日益普及使得企业能够以较少的投入得到更多的产出，空前地提高了生产和工作的效率。

在传统的商务活动中融入计算机技术和网络技术，开展网络营销活动，正是信息技术日益普及的一个具体体现。

<<网络营销>>

内容概要

《网络营销（第4版）》从战略的角度，对网络营销计划和营销组合两个方面展开论述。

第一篇阐述了制定营销计划的环境。

第二篇介绍了法律环境和全球经济环境（技术环境分解到各个章节中去叙述）。

第三篇深入探讨网络营销战略。

第四篇继续讨论营销组合以及客户关系管理的战略制定和战略实施。

作者简介

作者：(美)朱迪·斯特劳斯(Judy Strauss) (美)阿德尔·埃尔-安萨瑞 (美)雷蒙德·弗罗斯特 译者：时启亮 金玲慧朱迪·施特劳斯，美国内华达大学里诺分校的营销学副教授，管理科学系主任。

发表多篇关于因特网营销、广告和营销教育的学术论文。

有多年的营销从业经验，曾任两家公司的企业家和营销主任。

目前，她教授本科生和工商管理硕士的网络商务、营销传播学和营销管理课程。

获南伊利诺瓦大学营销学博士学位、北得克萨斯大学金融MBA学位和营销学士学位。

阿黛尔·埃尔-安萨瑞，美国北佛罗里达大学营销学教授，《营销渠道》作者之一。

同时，他是《营销百科全书》、《经济百科全书》、《美国市场协会营销百科全书》和《后勤学手册》的供稿人。

他的文章发表在《营销期刊》、《营销研究杂志》、《营销渠道期刊》、《零售业期刊》、《营销科学学术期刊》、《宏观营销期刊》、《个人销售及销售管理期刊》、《国内营销评论》等主要期刊杂志上。

雷蒙德·弗罗斯特，美国俄亥俄大学管理信息系统教授。

发表多篇关于数据管理的学术论文，并担任《数据库管理杂志》副主编。

目前教授电子商务、数据库和跨学科课程。

获迈阿密大学工商管理博士学位和计算机科学理学硕士学位，Swarthmore大学哲学学士学位。

<<网络营销>>

书籍目录

第一篇 网络营销面面观第1章 营销要素的整合 音乐行业 网络营销的含义 网络营销与电子商务的关系 认识互联网 网络营销的过去、现在和未来 本书结构 本章小结 习题第2章 网络营销战略第3章 网络营销计划 第一篇终结 网络营销面面观实践与练习 第一篇 网络营销环境第4章 全球市场第5章 道德与法律问题 第一篇终结 网络营销环境实践与练习 第一篇 网络营销战略第6章 营销知识第7章 消费者行为第8章 市场细分及目标市场战略第9章 差异化和市场定位策略 第一篇终结 网络营销战略实践与练习 第一篇 网络营销管理第10章 产品第11章 价格第12章 互联网与分销渠道第13章 网络营销沟通第14章 客户关系管理 第一篇终结 网络营销管理实践与练习附录A 全球互联网普及程度统计附录B 术语表附录C 参考文献

<<网络营销>>

编辑推荐

本书系统介绍了互联网及其他信息技术背景下的营销，详细阐述了这些信息技术对传统营销学所产生的影响，并深入分析了这些影响所带来的市场机会和新的商业模式。

本书具有如下特色：从战略的眼光看问题——在介绍网络营销的时候，作者不是简单地罗列一个个观点和技术，而是在营销领域的大环境中，讨论各种理论和观点。

每一章中都编辑了关系图，说明这一章的内容与其他各章之间的关系。

为帮助读者学习，每一章中都叙述了相关的营销原理。

捕捉网络营销新话题——介绍了绩效考核指标和竞争性经营战略，因为它们既能够帮助企业创造收入，又能够提高客户价值。

放眼全球——作者研究了美国和其他许多国家企业开展网络营销的实际状况和市场发展，既有发达国家的情况，也有新兴经济体网络经营的发展情况。

认识技术——作者坚信，企业应该学习一些互联网技术，因为这是绝大多数经营者的薄弱环节。

虽然没有必要要求所有的厂商都为网络营销为自己建设一台服务器，但是了解一些原理及其发挥的作用，有助于精明的厂商在市场竞争中胜出。

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>