

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787302069041

10位ISBN编号：7302069042

出版时间：2003-8

出版时间：清华大学出版社

作者：姜旭平

页数：515

字数：764000

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

本书是研究网络和电子商务技术在企业外部经营和营销活动中应用的教材。

由于网络重构了人们的时空观念，改变了传统经营和营销理论赖以存在的根基。

环境变了，根基动摇了，相应的理论和实务操作模式也必须延伸和发展。

这正是网络营销理论产生和实务操作模式流行的基础。

全书共分为10章，主要内容包括：由网络推动的商务及社会革命；网络环境：企业经营面临的机遇与挑战；电子商务分析；e-采购模式：企业购销技术和行为模式的变革；网络在企业经营中的定位和作用；网络营销：传统市场营销模式的延伸和发展；网络环境下的营销技术；网络品牌战略；网络环境下的经营和营销理论；网络“新经济”分析。

本书曾在清华大学以及时各兄弟院校的各类MBA课程和高层管理研讨班、总裁班中多次地讲授，深受欢迎。

本书可作为MBA教育、工商管理学历教育和各类企业高层管理研讨班的“网络营销”、“电子商务”、“网络新经济”、“市场营销”、“信息管理”等课程的教材或相关自学、研究的参考资料，可广泛适用于企业总裁、高层管理者、市场营销和策划人中、电子商务从业人员、MBA学生、工商管理各专业的研究生和本科生的教育或培训。

同时，本书也可作为电子商务、工程硕士学历教育的“网络营销”、“电子商务”、“信息技术应用”课程的教学、研究参考资料，还适用于从事企业信息化和网络技术及计算机应用的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

姜旭平先生现任清化大学经管学院管理科学与工程系教授。

1985年毕业于清华大学经济管理学院，毕业后留校任教至今。

姜教授曾任中国电子学会电子商务专家委员会主任委员、国家经贸委年鉴司《中国电子商务年鉴》副主编、中国人民银行“网上银行发展与临管专家组”成员、《电子商务世界》杂志专家委员会主任委员、清华大学管理科学与理论研究中心研究员、清华大学继续教育学院总裁培训班教学顾问、山西大学商务学院客座教授、广东科技管理学院兼职教授、中国互联网实验室顾问委员会主席、中国电子学会高级会员、国家劳动部电子商务师标准制定委员会委员、北京信息协会理事、北京社科信息协会理事、中国信息协会网络销专家委创新管理和企业家联谊学院成员等。

书籍目录

第一章 由网络推动的商务及社会革命 1.1 当代社会发展的三大进程 1.2 信息技术的发展 1.3 从Internet到综合网络环境第二章 网络环境:企业经营面临的机遇与挑战 2.1 电子商务的形成和发展 2.2 利用网络去拓展经营范围 2.3 经济全球化、网络环境和WTO第三章 电子商务分析 3.1 电子商务的基本概念 3.2 电子商务系统分类 3.3 基于单证交换的EDL应用系统 3.4 全程电子商务运作的流程 3.5 网络安全认证及加密系统原理 3.6 电子商务的特点和竞争优势第四章 采购模式:企业购销技术和行为模式的变革 4.1 买方/竞争驱动在网上商务采购 4.2 政府采购 4.3 价格/性能比较 4.4 网上联合采购 4.5 网上拍购 4.6 典型案例分析 4.7 问题、对策与应用前景分析第五章 网络在企业经营中的定位和作用 5.1 案例分析:亚马逊公司网络经营与营销方式 5.2 电子商务适合于中国国情吗第六章 网络营销 6.1 网络营销与传统市场营销的异同 6.2 商务网站:展示企业经营理念和营销策略的主渠道 6.3 商务网站的宣传运作 6.4 保持吸引力是营销策略展示的前提 6.5 由采购拉动的虚拟市场建设 6.6 互动式营销 6.7 网络营销启示录第七章 网络环境下的营销技术 7.1 企业商务网站的介建 7.2 网络品牌的传播与推广 7.3 网上商务信息资源的查找 7.4 智能化推销与客户关系管理 7.5 动态更新与远程管理 7.6 市场动态和消费趋势分析 7.7 避免失误和防止欺诈 7.8 移动商务及移动数据增值业务第八章 网络环境下的品牌战略 8.1 品牌资产在网络环境下的延伸和发展.....第九章 网络环境下的经营我营销理论第十章 网络“新经济”分析参考文献附录一 《中国互联网络信息中心域名争议解决办法》附录二 《电子签名统一规则(草案)》附录三 《广东省电子交易条例》

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>