第一图书网, tushu007.com

# <<实用网络营销教程>>

## 图书基本信息

书名：<<实用网络营销教程>>

13位ISBN编号：9787302294054

10位ISBN编号：7302294054

出版时间：2012-8

出版时间：清华大学出版社

作者：冯英健

页数：254

字数：326000

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

## 内容概要

冯英健所著的《实用网络营销教程》是一本系统的基础网络营销教程，以实践应用为导向，介绍了网络营销的基本原理、操作方法和一般规律，并提供了相应的实践引导。
主要内容包括实用网络营销内容体系与学习方法、网络营销的常用工具与资源、企业网站建设与运营维护、网络推广方法及应用、网站访问统计分析基础、网络营销服务以及社会化网络营销应用基础等。

网络营销不仅是一门专业学科，也是互联网时代商务人员应该掌握的基本技能之一，网络营销知识几乎对每个岗位都发挥着直接或间接的作用。
本书不仅适于用作职业教育院校电子商务、市场营销等相关专业在校学生的教材，也可供所有对网络营销知识有兴趣的人士参考，尤其是互联网从业者、企业管理人员、业务人员和团体机构工作人员等。

《实用网络营销教程》为网络营销教学提供的支持包括：提供完整的教学课件资料；开设专门的网络营销实践平台，通过全国大学生的同台竞技，增加了网络营销学习的真实性、趣味性和成就感。

# <<实用网络营销教程>>

## 书籍目录

第1章 实用网络营销内容体系与学习方法
1.1 实用网络营销的内容框架
1.1.1 互联网日常应用中的网络营销问题
1.1.2 网络营销信息传递模型
1.1.3 网络营销信息传递特征
1.1.4 网络营销信息传递一般原则
1.1.5 实用网络营销内容体系
1.2 实用网络营销学习方法
1.2.1 学习方法建议
1.2.2 学习实践资源
1.2.3 实用网络营销学习流程图
本章小结
思考与讨论
第2章 网络营销的常用工具与资源
2.1 网络营销工具和资源体系简介
2.2 网络营销的综合工具——企业网站
2.2.1 企业网站的基本属性
2.2.2 企业网站的类型及发展方向
2.2.3 企业网站应具有的网络营销功能
2.3 第三方网络营销资源平台及其 网络营销价值
2.3.1 B2B电子商务平台
2.3.2 开放式在线百科
2.3.3 其他网络社区
2.3.4 微博平台的网络营销功能
2.3.5 网上商店平台
2.4 常用的第三方互联网工具
2.4.1 搜索引擎及其网络营销功能
2.4.2 电子邮件及其网络营销价值
2.4.3 博客的基本要素及其网络传播特点
2.5 其他网络营销工具简介
2.5.1 即时信息通信工具
2.5.2 电子书
本章小结
思考与讨论
第3章 企业网站建设与运营维护
3.1 企业网站建设流程及主要内容
3.1.1 企业网站建设的一般流程
3.1.2 企业网站建设各个阶段的主要工作
3.2 企业网站的内容策划
3.2.1 企业网站的基本内容
3.2.2 网站内容的优化设计
3.3 网站运营维护的基本内容
3.4 网站运营管理维护工作规范
3.4.1 网站运营管理及维护的主要内容
3.4.2 网站内容维护规范

3.4.3 网站优化规范
3.4.4 网站管理规范
3.5 常用网站运营管理工具和文档
3.5.1 网站运营分析常用工具
3.5.2 常用网站运营管理文档简介
3.6 网站改版的模式及原则
3.6.1 网站改版的常见模式及特点
3.6.2 企业网站改版的一般原则
本章小结
思考与讨论
实训题
第4章 网络推广方法及应用
4.1 网络推广方法概述
4.2 网站内部资源推广方法
4.2.1 网站内部推广资源的表现形式
4.2.2 网站内部资源推广方法及注意事项
4.3 搜索引擎推广
4.3.1 利用搜索引擎推广网站的条件
4.3.2 搜索引擎推广的五个基本要素
4.3.3 搜索引擎优化概述
4.3.4 影响搜索引擎搜索结果排名的主要因素
4.3.5 搜索引擎优化的作弊行为
4.3.6 搜索引擎优化指南
4.3.7 企业网站搜索引擎优化实施问题分析
4.4 交换链接推广方法
4.4.1 网站链接推广的常见形式
4.4.2 交换链接对网络营销的作用
4.4.3 如何实现交换链接
4.5 许可E-MAIL营销方法
4.5.1 许可E-mail营销的基本原理
4.5.2 开展E-mail营销的基础条件
4.5.3 许可E-mail营销的内容策略
4.6 关联网站推广方法
4.6.1 关联网站的定义及表现形式
4.6.2 关联网站的网络营销功能
4.6.3 关联网站营销成功的关键因素
4.7 病毒性营销方法
4.7.1 病毒性营销的基本原理
4.7.2 病毒性营销的一般规律
4.7.3 病毒性营销的常见类型
4.8 网络会员制营销
4.8.1 网络会员制营销概述
4.8.2 网络会员制营销的基本功能
4.8.3 网络会员制营销成功案例启示
4.9 基于第三方网站平台的推广
4.9.1 基于专业市场电子商务平台的网络推广方法
4.9.2 基于网上商店平台的网络推广方法

本章小结
思考与讨论
实训题
第5章 网站访问统计分析基础
5.1 网站访问统计的主要指标及意义
5.1.1 网站访问统计的营销作用
5.1.2 网站流量统计的指标类别
5.1.3 页面浏览数及其网络营销意义
5.1.4 独立访问者数量及其网络营销意义
5.1.5 用户来源网站分析及其网络营销意义
5.1.6 用户使用的搜索引擎和关键词统计
5.1.7 其他主要网站访问统计指标及其网络营销意义
5.2 如何获取网站访问统计资料
5.2.1 获取网站访问统计信息的方法
5.2.2 常用网站访问统计工具
5.3 网站访问统计分析报告写作方法
5.3.1 基础型网站访问统计分析报告模板
5.3.2 运营诊断型网站访问统计分析报告模板
本章小结
思考与讨论
实训题
第6章 网络营销服务
6.1 网络营销服务概况
6.2 网络营销服务市场的常见服务
6.2.1 网络营销基础服务
6.2.2 网络推广服务
6.2.3 付费搜索引擎广告服务
6.2.4 网络营销顾问服务
6.3 网络营销服务市场发展趋势
本章小结
思考与讨论
第7章 社会化网络营销应用基础
7.1 社会化网络营销简介
7.1.1 社会化网络信息传播的特点
7.1.2 体现社会化网络营销价值的八个方面
7.1.3 社会化网络营销的一般操作模式
7.2 企业博客营销方法与技巧
7.2.1 企业博客营销的基本条件
7.2.2 企业博客营销的常见形式
7.2.3 企业博客的平台选择及应用要求
7.2.4 博客文章写作方法与技巧
7.3 企业微博营销基础
7.3.1 企业微博营销的定义及表现形式
7.3.2 微博营销与博客营销的比较
7.3.3 企业微博营销的一般步骤
7.3.4 企业微博营销的操作技巧
7.3.5 企业微博的运营管理规范

7.4 百科平台推广
7.4.1 开放式在线百科的网络营销应用
7.4.2 在线百科词条推广的六大模式
7.4.3 在线百科词条推广的五大问题
7.4.4 在线百科词条推广的操作技巧
7.5 ASK社区问答推广
7.5.1 Ask社区的网络营销价值
7.5.2 Ask社区推广的操作要点
本章小结
思考与讨论
参考文献

## 章节摘录

版权页： 插图： 2.2.1 企业网站的基本属性 或许我们都有在网上商城购买某些品牌产品（例如电子产品、工艺品、图书等）的经历。
你是否考虑过，这些产品的生产制造商，也可能有自己的网站，也在开展自己的网络营销甚至直接在线销售。
这些生产制造企业，他们的网站与B2C网上商城有什么不同？
这些网站又发挥了哪些网络营销作用呢？
这里，我们不妨以几个你熟悉的产品为例，通过搜索或者推测企业域名的方式访问相应的企业网站，了解这些网站是否对你所熟悉的产品发挥了网络营销作用，与同行相比有哪些优点及缺点。
例如，《实用网络营销教程》的出版社——清华大学出版社第六事业部、张裕葡萄酒、雅戈尔衬衣、乌镇黄金水岸大酒店等。
看了一些企业网站之后，为了了解其本质和特点，不妨再看一些其他类型的网站，如政府网站、新闻媒体网站、网上零售网站、游戏站、社交网站、供求信息发布网站、个人网站等。
从网站的基本原理来说，各种网站并没有本质性的差别，不同之处主要在于网站的目的、内容、功能、规模、表现形式和经营方式等方面。
出于网络营销研究的目的，我们这里只讨论企业网站。
如无特别说明，本书所指的企业网站并不限于某个行业或者某种特征的企业网站，而是泛指各类企业网站，即无论是传统企业还是网络企业，也不论是工业企业还是商业企业，只要具有企业网站的一般特征，都可以被认为是企业网站，这里并不去深入研究各种不同类型企业网站之间的细微差异。
另外，本书也不对企业的规模作出特别的界定，因为无论企业规模大小，都有开展网络营销的必要，只是在网络营销策略上存在一定的差别，表现在企业网站上，也就是网站功能、内容和服务等方面的差异，但其本质特征是一致的，都是作为网络营销的工具。
与资讯门户或娱乐类网站不同，企业官方网站，不管多么复杂或者简单，都应至少具有下列一个方面的目的。
（1）企业基本信息介绍，如公司简介、联系方式、售后服务网络等；（2）通过企业网站展示企业品牌形象、企业文化等企业价值观信息；（3）利用企业网站宣传企业产品和服务的优势与特色；（4）网上直接销售产品或服务；（5）提供产品常识、常见问题解答或其他在线服务；（6）发布企业新闻、供求信息、人才招聘等信息；……总之，在技术、资源具备的情况下，企业可以通过自己的企业网站为客户提供所有内容、功能和服务，最大限度地发挥企业网络营销的价值。

## 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