

<<网络营销基础>>

图书基本信息

书名：<<网络营销基础>>

13位ISBN编号：9787504644626

10位ISBN编号：7504644625

出版时间：2006-8

出版时间：第1版 (2006年8月1日)

作者：余再东

页数：210

字数：352000

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>

<<网络营销基础>>

内容概要

网络营销的实质是通过计算机和互联网构建一个完整的网上经营体系，本书的写作充分结合了国内电子商务的发展现状，并通过配套的教学网站（[Http://www.51stu.net/](http://www.51stu.net/)）实现了理论教学与实践操作的融合。

全书的结构有四部分组成。

第一章是网络营销的基础概念，主要讲述网络营销的产生、发展、概念及特点。

第二到第四章为网络营销的理论基础，深入浅出的讲述了网络客户购买行为和习惯、网络市场细分和网络营销策略。

第五章到第十二章，介绍网络营销的重要工具，包括：站点营销、搜索引擎、电子邮件、即时通信、网络游戏、虚拟社区、网络电话和网络商丫。

第十三章就网络广告做了详细的介绍。

第十四章详细介绍了本书教学实训的配套网站。

本书作者长期从事网络营销实践和研究，具有丰富的实践工作经验和较高理论水平，因此，本书有助于全面理解网络营销的全貌，无论是企业高级管理人员、市场人员、还是网络营销的研究者、学习者、实践者、均能从本书中发现对自己有价值的内容。

<<网络营销基础>>

书籍目录

第一章 网络营销概述 第一节 现代营销与网络营销 第二节 网络营销的诞生及发展 第三节 网络营销的基本概念、特点和职能 第四节 网络营销是电子商务的子系统第二章 网络客户特点 第一节 网络消费及特点 第二节 网络消费购买过程 第三节 网络消费者购买决策过程 第四节 网络消费者的购买过程 第五节 影响网络消费者购买的主要因素 第六节 网络集团交易行为分析第三章 网络市场细分 第一节 网络市场细分的概念及其作用 第二节 网络市场细分的参考变量及其原则 第三节 市场细分的前提和方法 第四节 网络目标市场的选择第四章 网络营销策略 第一节 网络适销产品和产品生命周期 第二节 搜索引擎理论 第三节 搜索引擎营销技巧 第四节 搜索引擎使用技巧 第五节 全球主要搜索引擎简介第七章 许可E-mail营销第九章 网络游戏营销第十章 虚拟社区营销第十一章 网络电话第十二章 网络商店的流程与建设第十三章 网络广告参考文献

编辑推荐

本书是全国高职高专计算机新创规划教材之一，充分结合了国内电子商务的发展现状，讲解网络营销知识，内容丰富、层次清晰、图文并茂，通俗易懂，有助于全面理解网络营销的全貌，无论是企业高级管理人员、市场人员，还是网络营销的研究者、学习者、实践者，均能从本书中发现对自己有价值的内容。

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>