

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787560628226

10位ISBN编号：7560628222

出版时间：2012-9

出版时间：程玲云 西安电子科技大学出版社 (2012-09出版)

作者：程玲云 编

页数：174

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

《高职高专电子商务与物流管理专业十二五规划教材：网络营销》根据网络营销岗位职业技能的要求，企业对网络营销人才的能力需求，系统地阐述了网络营销工作的主要任务、流程以及主流的网络营销方法。

从企业实际项目出发，强调“做学一体化”，以工作能力锻炼为主导，将网络营销核心理念融入项目任务中，全书一共设置了如下项目任务：分析网络营销机会、制定网络营销策略、策划营销型网站、管理网络客户关系和评估网络营销策划方案。

本书既可作为高职高专院校电子商务、市场营销等相关专业学生及自学人员的教科书，也可供从事相关专业的技术人员阅读、参考。

<<网络营销>>

书籍目录

学习单元一 网络营销人才能力需求分析 1.1 了解网络营销 1.1.1 网络营销市场现状 1.1.2 网络营销发展趋势 1.2 网络营销应用概况 1.2.1 行业应用网络营销概述 1.2.2 中小企业网络营销应用 1.3 关注网络营销人才需求 1.3.1 网络营销人才需求旺盛 1.3.2 网络营销人才能力训练 1.4 网络营销认知实训

学习单元二 网络营销初识 2.1 认识网络营销 2.1.1 网络营销核心概念 2.1.2 网络营销理论基础 2.2 熟悉网络营销实施环境 2.2.1 网络营销环境 2.2.2 网络营销技术基础 2.2.3 网络营销风险 2.3 体验网络营销方法

学习单元三 网络营销机会分析 3.1 分析网络消费者和购买行为 3.1.1 网络消费者结构动态剖析 3.1.2 判定网络消费者购买行为动机 3.1.3 确定网络消费者购买行为类型 3.1.4 影响网络消费者购买行为因素 3.1.5 网络消费者购买决策过程 3.2 开展网络市场调查 3.2.1 确定网络市场调查内容及对象 3.2.2 选择网络市场调查方法 3.2.3 确定网络市场调查步骤 3.3 网络目标市场选择 3.3.1 网络目标市场细分 3.3.2 网络目标市场选择 3.3.3 网络市场定位 3.4 网络营销机会分析实训

学习单元四 网络营销战略制定和实施 4.1 设计网络营销战略 4.1.1 网络营销战略特征 4.1.2 网络营销战略的层次 4.1.3 设计网络营销战略的步骤 4.2 确定网络营销策略组合 4.2.1 开发网络营销新产品 4.2.2 设计定价方案 4.2.3 选择和管理网络营销渠道 4.2.4 网络广告、网络促销和公共关系 4.2.5 “4s”营销策略新模式 4.3 实施网络营销战略 4.3.1 网络营销战略实施的模式 4.3.2 网络营销战略实施的流程

学习单元五 营销型网站策划 5.1 营销型网站分析 5.1.1 营销型网站 5.1.2 企业对营销型网站的需求 5.2 营销型网站功能设计 5.2.1 网站建设基本流程 5.2.2 企业网站基本要素 5.3 营销型网站推广 5.3.1 网站推广概述 5.3.2 网站推广的策略选择 5.4 网站诊断与优化 5.4.1 网站诊断 5.4.2 网站优化 5.4.3 搜索引擎优化

学习单元六 网络客户关系管理 6.1 客户关系管理概述 6.1.1 客户关系管理的含义 6.1.2 客户关系管理与传统客户服务的区别 6.1.3 E-CRM 6.2 客户关系管理的内容 6.2.1 客户关系管理的核心 6.2.2 客户关系类型 6.2.3 客户关系管理的业绩考核 6.2.4 客户保持管理 6.2.5 E-CRM效果指标 6.3 网络顾客关系管理工具 6.3.1 FAQ的设计与应用 6.3.2 E-mail在顾客服务中的运用 6.3.3 网络论坛在客户服务中的应用 6.3.4 呼叫中心和客户管理相结合 6.4 网络客户关系管理实训

学习单元七 网络营销评价 7.1 网络营销评估概述 7.1.1 网络营销评估的特点 7.1.2 网络营销评估的意义 7.1.3 网络营销评估的步骤 7.2 网络营销效果评价 7.2.1 网站活动评价指标 7.2.2 网络营销成本效益指标 7.2.3 其他评价指标 7.3 网站流量数据统计方法 7.3.1 网站访问量指标及度量 7.3.2 访问者特征指标及度量 7.3.3 访问者行为指标及度量 7.3.4 其他可度量指标 7.4 海信网站网络营销评估分析 7.5 网络营销评估实训

参考文献

编辑推荐

程玲云主编的《网络营销》内容介绍：网络营销的普及对传统的商业经营模式、经营理念等造成了不小的冲击。

但现阶段绝大多数高职高专类网络营销教材都是以传统市场营销体系为主，过度关注市场营销的基本理论，对网络营销的认识和定位仅仅体现在利用网络工具进行市场营销，忽略了网络营销和传统营销在理念上的差别及操作上的不同。

本教材在设计上以工作过程为导向，使理论知识的传授与实践能力的培养同步进行，切实提高学生的理论水平与实践动手能力，真正体现高职高专的“学做合一”的培养特点。

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>