

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787562431886

10位ISBN编号：7562431884

出版时间：2004-8

出版时间：重庆大学出版社

作者：张矢 编

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

本书系高职高专电子商务专业系列教材之一。

本书根据市场营销的理论并结合网络信息技术讲述了网络营销的基本原理和基本特点，同时按照现代市场的营销理念阐述了网络营销的运作过程以及相关环节所应遵循的基本原则。

全书共分10章，主要内容包括了市场营销学基础、网络营销的概况以及网络营销的基础、主要对象、市场分析、调研、战略规划、产品与营销方案、定价与促销、客户关系管理等。

本书内容简明扼要、深入浅出，不仅适合作为高职高专院校以及成人高校的教材，也可供电子商务的业内人士学习参考。

## &lt;&lt;网络营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 市场营销学基础 1.1 市场、市场营销与市场营销学 1.2 市场营销学的产生与发展 1.3 市场营销学的研究方法 1.4 市场营销观念的发展变化 1.5 市场营销学在现代经济中的应用 本章小结 案例 思考题第2章 网络营销概述 2.1 网络营销的产生与发展 2.2 网络营销对传统营销理念的冲击 2.3 网络营销与传统营销的整合 2.4 网络营销的现状与展望 本章小结 案例 思考题第3章 网络营销的基础 3.1 网络营销的技术基础 3.2 网络营销的社会基础 3.3 网络营销的经济基础 本章小结 案例 思考题第4章 网络营销的主要对象 4.1 网络消费者的产生 4.2 网络消费者分析 4.3 网络消费者的消费过程 本章小结 案例 思考题第5章 网络营销中的市场分析 5.1 网络市场细分 5.2 网络目标市场的选择 5.3 网络市场定位 本章小结 案例 思考题第6章 网络营销的调研 6.1 市场营销调研概述 6.2 市场营销的信息管理系统 6.3 网络营销的调研 6.4 网络调研的策略 本章小结 案例 思考题第7章 网络营销战略规划 7.1 网络营销战略概述 7.2 网络营销组合策略 7.3 网络营销的组织战略 7.4 网络营销的电子中间商战略 7.5 网络营销的物流战略 本章小结 案例 思考题第8章 网络营销的产品与营销方案 8.1 网络营销的适用产品 8.2 网络营销策划的一般程序 8.3 网络营销的策划 8.4 网络营销平台的设计 8.5 网络营销策划书 本章小结 案例 思考题第9章 网络营销的定价与促销 9.1 网络营销定价策略 9.2 网络广告 9.3 网络公共关系 本章小结 案例 思考题第10章 网络营销的客户关系管理 10.1 客户关系管理概述 10.2 CRM的客户服务 10.3 CRM体系的设计 10.4 企业呼叫中心 本章小结 案例 思考题附录 Internet经济信息资源参考文献

章节摘录

版权页：插图：（2）酝酿阶段酝酿阶段的工作，主要是借助于信息、知识和经验，对各种可能的网络营销方案进行构思、推敲、考证。

方案设计阶段的时间，主要分配在这一阶段。

这一阶段是痛苦的智力操作过程，因为任何一项有创意、有价值、有效果的网络营销策划方案，都不是一蹴而就的，都必须经历“踏破铁鞋无觅处”的痛苦历程。

在这个过程中，策划人提出一个又一个方案构思，这些构思又因为这样或那样的标准而被否定。

策划人日以继夜，冥思苦想，以至心力交瘁，寝食难安。

只有经过这种艰苦卓绝的脑力劳动的积累，最后才能找到“得来全不费功夫”的感觉。

（3）豁然阶段豁然阶段是指经过酝酿阶段紧张艰苦的思索之后，思维豁然开朗，在脑中突然闪现出新颖的构思，一个有创意的、能有效解决问题的方案在脑海中明确形成的阶段。

策划者在这个阶段有一种“柳暗花明又一村”的愉快感觉，这种思维状态称为豁然状态。

<<网络营销>>

编辑推荐

《网络营销(新编)(第2版)》为普通高等教育“十一五”国家级规划教材,高职高专电子商务系列教材之一。

#### 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>