

<<网络营销与策划>>

图书基本信息

书名：<<网络营销与策划>>

13位ISBN编号：9787562923046

10位ISBN编号：7562923043

出版时间：2006-3

出版时间：武汉理工大学出版社

作者：李琳娜

页数：423

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>

<<网络营销与策划>>

前言

本书是海南省教育厅高等学校科研资助项目——2004年立项的《现代职业教育体系新目标下，高职电子商务专业模块化教学改革实验研究》课题的其中一项科研成果，是在高职理论教育、实训教育、就业教育以及现代职业教育新体系、新目标设计理论的研究基础上编写的。

作为高职高专电子商务专业的核心课程之一的“网络营销”，涵盖的内容非常广泛，一切以互联网为主要手段进行的、为达到一定营销目标所实施的经营活动都是网络营销所研究的范畴。

网络营销是电子商务的重要环节，在电子商务交易链（狭义商务链）中，从交易前的商品展示、商务沟通到交易中的网络谈判、网上签约直至交易后的网上支付和网上配送都或多或少，或独立或协同地与网络营销相联系。

正因为如此，目前几乎所有经贸类、管理类专业都纷纷开设了网络营销课程，如现代物流专业、国际贸易专业、企业管理专业、信息管理专业等。

电子商务专业、市场营销专业等更是将该课程列为其专业的核心课程之一。

高职教材必须突出应用性、实用性、职业化、岗位化。

与以往或同类型教材相比，本教材最大特点是以就业为导向、以能胜任行业内各岗位群工作为训练目标。

每个岗位自成章节。

体现职业教育的特点。

就业教育与岗位培训相结合，真正实现学生从业的“零过渡”训练。

本教材已在2002级、2003级、职业技能培训、再就业工程中使用，反响非常好。

<<网络营销与策划>>

内容概要

本书以网络营销的各种工作岗位所必备的工作能力要求为教学目标和训练依据，通过理论阐述（相关知识）、技能训练（工作内容）、典型案例分析与综合实训（思考与实训），使学生尽快熟悉掌握网络营销各岗位的工作职责和操作技能，以适应企业网络营销不同岗位群的工作。

本书独有的以企业实际业务为依据，将网络营销工作划分为不同的岗位群，并以就业为导向、以能胜任行业内各岗位群工作为训练目标，对每个岗位群的岗位工作流程和支撑理论自成章节进行论述，体现就业教育与岗位培训相结合的理念，真正实现学生从业的“零过渡”训练，是在职人员业务能力提高之不可多得的指导教材。

本书根据教育部对高职高专人才培养目标的要求编写，是高等职业技术学院、大专院校、成人院校的电子商务和市场营销及企业管理等专业的教材，也可以作为自学参考书和培训教材。

<<网络营销与策划>>

书籍目录

第一篇 基础平台篇 1 现代营销学原理 1.1 现代营销观念 1.2 现代营销的核心要素 1.3 营销环境
1.4 市场细分与选择 1.5 市场战略与营销组合 思考与实训 2 网络营销概述 2.1 网络营销内容和特点
2.2 网络营销与传统营销 2.3 网络营销综合环境 2.4 网络营销策略和实施目标 2.5 网络营销工具和
手段 2.6 网络营销常用方法 思考与实训 3 网络营销导向的企业网站建设 3.1 网站规划设计 3.2 网
站前台设计方法 3.3 网站内容实施 3.4 网站建设环境构建 思考与实训第二篇 岗位实务篇 4 网站推
广专员实务 4.1 网站推广概述 4.2 网站推广策略 4.3 网站推广基本方法 4.4 搜索引擎营销推广 思
考与实训 5 网络编辑专员实务 5.1 网络信息筛选 5.2 网络信息的加工 5.3 网络信息的创作 5.4 网
络编辑实务 5.5 互动实施 思考与实训 6 客户服务专员实务 6.1 客户服务 7 网络促销员实务
8 在线服务专员实务 9 市场调研员实务 10 网络广告专员实务 11 网上交易专员实务 12 网站维
护管理专员实务 13 网络营销经理实务第三篇 策划实务篇 14 企业网络营销策略策划 15 企业产品
促销活动策划参考文献参考网站

<<网络营销与策划>>

章节摘录

插图：

<<网络营销与策划>>

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>