

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787564036331

10位ISBN编号：7564036338

出版时间：2010-7

出版时间：北京理工大学出版社

作者：王永莲，孙菲 主编

页数：274

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>>

前言

本书主要介绍了网络营销的基本操作方法与技巧，具有较强的实践性和可操作性，其指导思想是系统地培养学生收集与发布网络信息、开展网络市场调研分析、进行网络营销策划、熟练使用网络营销工具与方法进行网上营销推广及商品销售的技能。

考虑到网络营销学习者的工作和学习背景，多数学习者并不需要过多的网络技术知识，相反更需要的是网络营销指导思想和具体的网络营销方法。

因此，与网络营销相关的各种技术、原理及互联网技术本身的内容，如搜索引擎检索原理、企业网站服务器构建、网页制作方法、电子邮件系统配置等不是本书所侧重的知识。

网络营销最终目的是让目标客户能够进一步了解企业，了解产品和服务，从而促进销售。

只有内容，才能让客户真正了解到企业的与众不同之处，网络营销要想真正有效果，必须从内容着手。

所以，本书主要侧重于网络营销内容的实践应用，即各种网络营销方法、网络市场调研分析、网络营销策划等。

在教材编写上，采用重视实践的编写思路；在教材内容设计上，每个项目按实践技能要求分解为几个任务，降低学生的学习难度。

在强烈的问题、动机驱动下，激发学生的学习兴趣，提高教学效果。

让学生在任务中探索着学习，在教学过程中体现互动、交流、协作的特征。

全书从各类企业的市场需求出发，按照企业进行网络营销的基本工作过程，主要分为8个模块：认识网络营销、网络市场分析与调研、网络营销工具与方法的使用、网络营销组合策略、网络广告设计与策划、在线客户服务、网站建设与推广、网络营销策划与效果评价。

<<网络营销>>

内容概要

本书主要介绍了网络营销的基本操作方法与技巧，具有较强的实践性和可操作性，其指导思想是系统地培养学生收集与发布网络信息、开展网络市场调研分析、进行网络营销策划、熟练使用网络营销工具方法进行网上营销推广及商品销售的技能。

全书力求以技能训练为主线，强化对学生职业能力的培养，以实用的知识结构为支撑，淡化理论体系，突出教材的实用性，形成有自己特色的网络营销教学体系。

本书可作为高等院校和高职高专市场营销、电子商务、物流及相关专业的教学用书和学习参考书。

<<网络营销>>

书籍目录

项目一 认识网络营销 任务描述 任务分析 概念点击 任务实施 任务一 网络营销人才需求及岗位认知
任务二 认识网络营销 任务三 了解网络营销的产生和发展 任务四 辨析网络营销与传统营销、电子
商务的关系 知识拓展 基本训练 知识应用项目二 网络市场分析与调研 任务描述 任务分析 概念点击
任务实施 任务一 认识网络营销环境 任务二 分析网络营销的目标市场 任务三 开展网络市场调研
知识拓展 基本训练 知识应用项目三 网络营销工具与方法的使用 任务描述 任务分析 概念点击 任务
实施 任务一 搜索引擎营销 任务二 许可E-mail营销 任务三 博客营销 任务四 病毒式营销 任务五
第三方C2C平台营销 任务六 网络会员制营销 知识拓展 基本训练 知识应用项目四 网络营销组合策略
任务描述 任务分析 概念点击 任务实施 任务一 网络营销产品策略 任务二 网络营销定价策略 任务
三 网络营销渠道策略 任务四 网络促销策略 知识拓展 基本训练 知识应用项目五 网络广告设计与策
划 任务描述 任务分析 概念点击 任务实施 任务一 认识网络广告 任务二 网络广告的调研方法 任
务三 网络广告策划与设计 任务四 网络广告发布与效果评估 知识拓展 基本训练 知识应用项目六 在
线客户服务 任务描述 任务分析 概念点击 任务实施 任务一 在线客服概况 任务二 在线客服工具及
应用 知识拓展 基本训练 知识应用项目七 网站建设与推广 任务描述 任务分析 概念点击 任务实施
任务一 网站建设流程 任务二 网站推广 知识拓展 基本训练 知识应用项目八 网络营销策划与效果评
价 任务描述 任务分析 概念点击 任务实施 任务一 网络营销策划 任务二 网络营销效果评价 知识拓
展 基本训练 知识应用参考文献推荐学习网站

章节摘录

插图：第二阶段，国内的、全球的生产者网络市场和消费者网络市场阶段。

企业用Internet对国内的或全球的消费者提供商品和服务，其发展的前提是电脑（PC）的普及，升高了“假象购物商品区”的商业空间魅力，同时利用信用卡连线来清算，以加速“假象购物”的进展。其最大特征是消费者的主动性，选择主动权掌握在买方手里，它从根本上改变了传统的推销方法，即演变为以消费者的“个人行销”为导向。

“在线浏览、离线交易”阶段是我国和全球现阶段主要的网络交易方式。

第三阶段，“在线浏览、在线交易”阶段，这是网络市场发展的最高境界，网络不再仅仅被用来进行信息发布，而是实现在线交易。

这一阶段到来的前提条件是产品和服务的流通过程、交易过程、支付过程实现数字化、信息化，其中最关键的是支付过程的电子化，即电子货币、电子银行、电子支付系统的标准化及其可靠性和安全性。

（二）网络市场的特征随着互联网及万维网的盛行，利用无国界、无区域界限的Internet来销售商品或提供服务成为买卖通路的新选择。

Internet上的网络市场成为21世纪最有发展潜力的新兴市场，从市场运作的机制看，网络市场具有如下5个基本特征。

<<网络营销>>

编辑推荐

《网络营销》：面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

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>