

图书基本信息

书名：<<电子营销 E--Marketing 第二版>>

13位ISBN编号：9787801498762

10位ISBN编号：7801498763

出版时间：2003-4

出版时间：社会科学文献出版社

作者：朱迪·斯特劳斯(Judy Strauss)

页数：462

字数：607000

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>

内容概要

随着网络的发展，因特网技术为运营者带来了更大的机遇和挑战，他们迫切需要考虑如何利用新技术实现利益最大化，乃至需要承付多少资本来制定电子营销计划，基于此，本书将系统的阐释了网络的新生代电子营销的商业模式的特征以及发展趋势，该书的重点是在客户传递价值的同时产生收益的前沿商业模式，重点讲述了因特网用户特征和行为、营销知识、电子营销策略（产品与定价、分销、电子营销传播、客户关系管理等）、电子营销计划、道德和法律等问题。力图向运营者略微传授一些重要的技术，说明各个概念的相关性，尤其是在各章的末尾提供了相关的讨论题，可以为读者提供广阔的思考空间，避免了一般图书的晦涩乏味的说教，真正产生了一种互动的效果。

作者简介

朱迪·施特劳斯是里诺·内华达大学的营销学助教。

她已发表了关于因特网营销、广告和营销教育的学术论文。

她有多年的营销从业经验，曾经担任过两家公司的企业家和营销主任。

目前，她教授本科生和工商管理硕士的网络商务、营销传播学和营销管理课程。

施特劳斯在南伊利诺瓦大学取得营销博士学位，在北得克萨斯大学取得金融MBA学位和营销学士学位。

雷蒙德·弗罗斯特是俄亥俄大学的管理信息系统教授。

他发表了关于数据库管理的学术论文并且担任《数据库管理杂志》的副主编。

目前，他教授电子商务、数据库和跨学科课程。

弗罗斯特在迈阿密大学取得工商管理博士学位和计算机科学的理学硕士学位，在Swarthmore大学取得哲学的文学士学位。

书籍目录

第一部分 电子营销导言 第一章 电子营销导言 Yahoo!(雅虎)的故事 电子营销的新规则 它比因特网更大 什么是电子业务? 什么是电子营销? 全景图 电子营销的挑战和机遇 电子营销配送 电子业务模式 营销计划任务 小结 重要名词 练习第二章 因特网用户的特点和行为 GVU的故事 世纪的客户 全景图 市场细分 电子营销细分市场 消费者导航行为 国家概况 小结 重要名词 练习第三章 营销知识 Media Metrix的故事 引言 电子营销信息系统 营销知识 资料来源:内部记录 资料来源:二级数据 资料来源:初级数据 营销数据库与数据仓库 数据分析与销售 小结 重要名词 练习 第二部分 电子营销策略 第四章 产品与定价 Datek的故事 引言 创造在线客户价值 在线利益 在线成本 产品开发的额外细微差别 电子营销的新产品战略 因特网产品分类法 新产品发展趋势 定价 重要名词 练习 第五章 销售 第六章 电子营销传播 第七章 客户关系管理 第三部分 综合 第八章 电子营销计划 第九章 发挥技术杠杆作用 第十章 道德和法律附录一 名词解释附录二 参考书目

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>