

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787811046496

10位ISBN编号：7811046490

出版时间：2007-6

出版时间：张金寿 西南交通大学出版社 (2007-06出版)

作者：张金寿

页数：171

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

《网络营销》系统、简明、扼要地介绍了现代市场营销的基础理论，较系统而清晰地阐述了网络营销的基本框架和方法体系，让读者站在企业整体营销战略的高度全面了解网络营销的实质。

《网络营销》面向行业、贴近市场，将读者所需的知识点渗透到能力训练之中。

对网络营销技术、策略、管理、应用等方面，既有概论式的介绍，又有具体的应用步骤，并附有大量案例分析，以期深入浅出地启迪读者思路，指导其具体操作。

《网络营销》具有实用性、职业性、适应性和先进性的特点。

主要可作为市场营销、电子商务、经济贸易专业的成人教育、函授、网络学院学生教材，同时也适合作为高职高专相关专业的教材，网络营销爱好者和企业营销人员也可参考或作为培训用书。

<<网络营销>>

书籍目录

第一章 导论第一节 网络营销概述第二节 网络营销的商务模式第三节 网络营销的常用方法本章小结案例分析思考与实践第二章 网络营销策略第一节 网络营销的基本策略第二节 网络营销网站策略第三节 客户关系管理策略本章小结案例分析思考与实践第三章 网络营销技术第一节 商务站点的建设第二节 无网站的网络营销第三节 网络营销广告本章小结案例分析思考与实践第四章 企业间 (B to B) 的网络营销第一节 B to B网络营销的特点第二节 B to B电子邮件营销第三节 B to B虚拟市场第四节 B to B网络营销第五节 B to B广告和公共关系本章小结案例分析思考与实践第五章 网络营销管理第一节 概述第二节 网络营销管理的实施第三节 网络营销管理的控制本章小结案例分析思考与实践第六章 网络营销实验实验一 网络营销信息发布实验二 搜索引擎实验三 新闻组实验四 网络市场调查实验五 E-mail营销实验六 网络广告实验七 网上商店规划与推广实验八 网店建设参考文献

<<网络营销>>

编辑推荐

《网络营销》的编写指导思想是系统地培养学生网络营销的应用和操作技能，学生应当在比较系统地学习市场营销学及计算机网络技术课程的基础上，再进行网络营销学的学习。

本教材的编写，大胆地吸收了国内外网络营销技术著作与教材的优点，形成了有自己特色的网络营销教学体系。

全书按照网络营销技术的特点分为四个部分：一是网络营销总论；二是网络营销战略和策略；三是电子商务营销方法及企业应用；四是网络营销管理及实验。

全书以网络营销理论为指导，提出了网络营销的具体战略和策略，力求使读者通过运用网络营销技巧，实现网上沟通和销售。

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>