第一图书网, tushu007.com

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787111322771

10位ISBN编号：7111322770

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业出版社

作者：梁春晶，高博　主编

页数：265

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

前言

本书是由机械工业出版社组织全国90多所高等院校经验丰富的教师编写的普通高等教育“十二五”规划教材、21世纪高职高专规划教材套书中的一本。
网络营销主要是指企业借助于网络技术和信息技术来实现企业营销目标的一种新的营销方式。
它为企业掌握市场需求、开拓全球市场、参与国际竞争、减少中间环节、降低营销成本等提供了现代化的信息手段。
目前，网络营销的发展迅速，以坚定踏实的步伐走向务实和成熟，其主体也由IT厂商、媒体和电子商务服务商转为传统企业。
无数的传统企业正结合自己的营销实际，大规模地进入网络营销领域。
互联网蕴涵着无限营销机会，所有面向21世纪的企业，都不能对互联网和网络营销视而不见，充耳不闻。
对于企业来说，如何适应网络经济，如何建立网上商务模式，如何改变企业的经营战略，如何在网上开发商机，等等，已成为迫切需要解决的问题。
本书吸收了国内外有关的网络营销理论和方法，遵循教材编写的科学性、系统性、实用性和可操作性的原则，力求体系完整、内容新颖、结构合理、资料翔实和可读性强。
本书的特点是理论叙述精练，采用任务驱动式项目编写法，每个项目以引例入手提出问题；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，在问题、任务驱动下，激发读者的学习兴趣，让读者在真实任务中探索着学习，在教学过程中体现互动、交流、协作的本质特征，适应于培养应用型人才的要求。
本书共有12个项目，编写分工为：项目十一由佳木斯大学梁春晶编写；项目四、项目九由中州大学高博编写；项目一、项目二由辽宁机电职业技术学院赵学峰编写；项目十二由兰州工业高等专科学校刘生慧编写；项目三、项目八由安徽经济管理干部学院王媛媛编写；项目五由义乌工商职业技术学院龚昌义编写；项目六、项目十由佳木斯大学唐文萍编写；项目七由佳木斯职教集团郭春丽编写。

内容概要

本书吸收了国内外有关网络营销的理论和方法，以互联网技术环境为基础，以网络营销策略为主线，详细阐述了网络营销的基本理论、网络营销的支撑条件、网络营销环境、网络营销市场调查、网络消费者行为分析、网站策略、网络产品策略、网络营销定价策略、网络营销渠道、网络营销服务策略、网络广告及网络营销管理与评价等内容。
本书理论叙述精练，采用任务驱动式项目编写法，每个项目以引例人手提出问题；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，在问题和任务的驱动下，激发读者的学习兴趣，让读者在真实任务中探索着学习，在教学过程中体现互动、交流、协作的本质特征，适应于培养应用型人才的要求。
　　本书可作为2年制和3年制高职高专电子商务、营销类专业及各种培训班教材，也可作为有关企事业单位的管理人员、营销人员的参考用书。

书籍目录

前言项目一　网络营销概述　引例　任务一　网络营销概述　任务二　网络营销的基本理论　项目小结　关键概念　复习思考题　实践与训练　案例分析项目二　网络营销的支撑条件　引例　任务一　网络营销平台　任务二　电子支付系统　任务三　网络营销的安全保障　任务四　网络营销的法律规范与政策　项目小结　关键概念　复习思考题　实践与训练　案例分析项目三　网络营销环境　引例　任务一　网络营销环境概述　任务二　网络营销的宏观环境　任务三　网络营销的微观环境　项目小结　关键概念　复习思考题　实践与训练　案例分析项目四　网络营销市场调查　引例　任务一　网络营销市场调查的内涵　任务二　网络营销市场调查的方式和内容　任务三　网络营销市场调查的作用和程序　项目小结　关键概念　复习思考题　实践与训练　案例分析项目五　网络消费者行为分析项目六　网站策略项目七　网络产品策略项目八　网络营锁定价策略项目九　网络营销渠道项目十　网络营销服务策略项目十一　网络广告项目十二　网络营销管理与评价参考文献

章节摘录

插图：宝洁公司是世界最大的日用消费品公司之一。
在《财富》杂志最新评选出的全球500家最大工业、服务业企业中，排名第75位。
宝洁公司全球雇员超过11万人，在全球70多个国家设有工厂及分公司，所经营的300多个品牌的产品畅销140多个国家和地区，其中包括洗发、护发、护肤用品、化妆品、婴儿护理产品、妇女卫生用品、医药、食品、饮料、织物、家居护理及个人清洁用品。
宝洁公司是世界著名的实施多品牌战略的企业，其品牌经营之道一直为业界所称颂，大多数成为营销经典教材，其中宝洁公司和赛百威公司的合作是网络营销的又一成功案例！
1.客户品牌分析润妍是宝洁公司众多品牌中的一个。
润妍倍黑中草药洗润发系列产品是宝洁公司在全球的第一个针对东方人发质和发色设计的中草药配方洗润发产品。
1）目前润妍品牌尚处于市场导入期，所以其营销传播主要以品牌形象宣传为主，以提升品牌的认知度为目标。
2）品牌目标消费群的定位是年轻的职业女性，其特征描述为率真、年轻的便装美人和忙碌而心情平和的成熟女性。
3）品牌传播概念：专为女性设计，表现东方女性的自然之美。
2.客户产品分析润妍倍黑中草药洗润发系列包括洗发露和润发露，洗护分开，使秀发得到真正滋润。

编辑推荐

《网络营销》：21世纪高职高专规划教材(财经类)

第一图书网, tushu007.com

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