

<<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：9787115261977

10位ISBN编号：7115261970

出版时间：2012-3

出版时间：人民邮电

作者：陈孟建//徐金华//沈美莉//刘放

页数：280

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>>

内容概要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材，每章内容由理论知识、实训和习题三部分组成。

本书收集的内容和案例都是目前较为流行的，特别是移动营销是当前网络营销技术中最为先进的一种营销方式，本书专门有一章为此作介绍。

本书在编写手段上采取理论知识与实际案例相结合，由浅入深、循序渐进、易看懂、易操作，易被广大读者所接受。

本书内容包括：网络营销概述、网络营销的理论、网络市场调研与策划、网络营销战略分析与策划、网络营销的信息搜索策略、E-mail营销策略、网络广告及效果测评、企业网站规划与推广、移动营销等。

本书可作为高职高专院校电子商务、物流及其相关专业的教材，也适合具有中等以上文化程度的读者自学之用。

<<网络营销与策划>>

书籍目录

第1章 网络营销概述

1.1 网络营销的概念

1.1.1 网络营销产生的原因

1.1.2 网络营销的定义

1.1.3 网络营销的特点

1.1.4 网络营销的职能

1.2 网络营销的核心思想

1.2.1 网络营销核心思想内容

1.2.2 网络经营环境

1.2.3 网络经营关系

1.3 网络营销的市场

1.3.1 网络营销客户群体细分

1.3.2 网络营销市场概述

1.3.3 网络营销与传统营销

1.4 沃尔玛网络营销策略案例

实训 体验网上购物

习题

第2章 网络营销的理论

2.1 从4P到4V理论

2.1.1 网络营销的理论框架

2.1.2 网络营销的战略

2.1.3 以满足市场需求为目标的4P理论

2.1.4 以追求顾客满意为目标的4C理论

2.1.5 以建立顾客忠诚为目标的4R理论

2.1.6 新经济时代的4V营销组合理论

2.2 网络营销环境

2.2.1 营销环境的含义

2.2.2 营销环境的特征

2.2.3 政治法律环境

2.2.4 经济环境

2.2.5 科技教育与社会环境

2.2.6 微观环境

2.3 中国出口商的网络营销务实之道案例

实训 网上问卷调查资料准备

习题

第3章 网络市场调研与策划

3.1 网络市场调研概述

3.1.1 网络市场调研的含义

3.1.2 网络市场调研的要求

3.1.3 网络市场调研的内容

3.1.4 网络市场调研存在的问题

3.2 网络市场调研策划

3.2.1 网络市场调研步骤

3.2.2 网络市场直接调研方法

3.2.3 网络市场间接调研方法

<<网络营销与策划>>

- 3.2.4 网络调研样本的选择
- 3.2 网络市场调研实例
- 3.3.1 在线问卷调查设计步骤
- 3.3.2 在线问卷调查中的注意事项
- 3.3.3 在线问卷调查技术
- 3.3.4 问卷设计的一般程序和方法
- 3.3.5 网络问卷调查的优缺点
- 3.3.6 网络市场问卷调查实例
- 3.4 亚马逊的营销策略案例
- 实训 网上问卷调查设计
- 习题

第4章 网络营销战略分析与策划

- 4.1 网络营销战略分析
- 4.1.1 网络营销战略目标与内容
- 4.1.2 从4P到4C的营销战略分析
- 4.1.3 营销战略规划与实施
- 4.1.4 产业网络营销战略分析
- 4.1.5 网络营销的心理优势
- 4.2 网络营销策略新思维
- 4.2.1 第一层次网络营销策略
- 4.2.2 第二层次网络营销策略
- 4.2.3 第三层次网络营销策略
- 4.3 网络营销战略策划
- 4.3.1 网络营销的关系策略
- 4.3.2 网络营销的价格竞争策略
- 4.3.3 网络营销的非价格竞争策略
- 4.3.4 网络营销的知识营销策略
- 4.4 麦德龙的营销策略案例
- 实训 网络营销计划书
- 习题

第5章 网络营销的信息搜索策略

- 5.1 网上信息搜索概述
- 5.1.1 网上信息获取的一般方法
- 5.1.2 网上信息搜索的常用方法
- 5.1.3 网上信息搜索的技巧
- 5.2 搜索引擎介绍
- 5.2.1 搜索引擎的分类
- 5.2.2 搜索引擎的工作原理
- 5.2.3 搜索引擎的主要性能评价指标
- 5.2.4 国内外主要搜索引擎的介绍
- 5.3 搜索引擎营销
- 5.3.1 搜索引擎营销概述
- 5.3.2 关键词与搜索引擎营销
- 5.3.3 搜索引擎登记与竞价排名
- 5.3.4 搜索引擎优化
- 5.4 美国亚马逊书店营销案例
- 实训 搜索引擎的使用

<<网络营销与策划>>

习题

第6章 E-mail营销策略

6.1 E-mail营销概述

6.1.1 E-mail营销的基本概念

6.1.2 E-mail营销基本方法

6.1.3 E-mail营销的优势

6.1.4 E-mail营销的注意事项

6.2 许可E-mail营销

6.2.1 许可E-mail营销的发展现状

6.2.2 许可E-mail营销常用的几种模式

6.2.3 许可E-mail营销的步骤和注意事项

6.2.4 许可E-mail营销的常见问题

6.2.5 邮件列表营销

6.3 病毒性营销

6.3.1 病毒性营销的含义

6.3.2 病毒性营销的优点

6.3.3 病毒性营销的步骤和基本方法

6.3.4 实施病毒性营销的误区

6.4 新江南旅游公司的电子邮件营销案例

实训 企业营销邮件的发送

习题

第7章 网络广告及效果测评

7.1 网络广告概述

7.1.1 网络广告概况

7.1.2 网络广告定义和特点

7.1.3 网络广告的类型

7.1.4 网络广告与传统广告

7.2 网络广告新思维

7.2.1 窄告的概念

7.2.2 定向广告的概念

7.2.3 行为定向广告的概念

7.2.4 广告新思维应用(定向营销)

7.3 网络广告发布

7.3.1 网络广告预算

7.3.2 在线广告的定价模式

7.3.3 网络广告发布

7.3.4 网络广告效果评估

7.3.5 网络广告的发展趋势

7.4 戴尔电脑公司的营销策略案例

实训 网络广告发布与策划

习题

第8章 企业网站规划与推广

8.1 企业网站规划初步

8.1.1 网站规划原则

8.1.2 网站规划内容

8.1.3 网站规划资源

8.1.4 网站建设工作流程

<<网络营销与策划>>

- 8.1.5 网站开发方式选择
- 8.2 企业域名及域名注册
 - 8.2.1 域名概念
 - 8.2.2 域名结构
 - 8.2.3 我国域名体系结构
 - 8.2.4 企业域名注册
- 8.3 网站栏目规划
 - 8.3.1 网站栏目规划概述
 - 8.3.2 逻辑组织模型
 - 8.3.3 网站物理结构规划
 - 8.3.4 网站逻辑结构规划
- 8.4 网站总体设计
 - 8.4.1 网站总体设计原则
 - 8.4.2 网站的CI设计
 - 8.4.3 网站的布局设计
- 8.5 企业网站的管理和推广
 - 8.5.1 成功网站的基本要素
 - 8.5.2 企业网站的管理与维护
 - 8.5.3 企业网站的推广
- 8.6 美国国家半导体公司网站推广案例
- 实训 企业网站的策划书
- 习题

第9章 移动营销

- 9.1 移动商务概述
 - 9.1.1 移动商务的定义
 - 9.1.2 移动商务的实现技术
 - 9.1.3 移动商务的主要商务模式
- 9.2 移动营销概述
 - 9.2.1 移动营销的定义
 - 9.2.2 开展移动营销的步骤
 - 9.2.3 移动营销的发展
- 9.3 短信营销
 - 9.3.1 短信营销概述
 - 9.3.2 短信营销的特点
 - 9.3.3 短信网址营销
- 9.4 无线广告营销
 - 9.4.1 无线广告概述
 - 9.4.2 无线广告的定义
 - 9.4.3 无线广告的特点
 - 9.4.4 无线广告的标准
- 9.5 博客与博客营销
 - 9.5.1 博客概述
 - 9.5.2 博客分类
 - 9.5.3 微博概述
 - 9.5.4 博客营销
- 9.6 立邦物流信息系统短信营销案例
- 实训 移动梦网的基本使用

习题
参考文献

<<网络营销与策划>>

编辑推荐

陈孟建、沈美莉、徐金华、刘放编著的《网络营销与策划(第2版)》将从战略的角度论述关于网络营销的各种决策，如何将企业传统营销和网络营销结合起来，制定公司的网络计划和决策；如何实施互联网计划，去体现企业的战略思想；如何进行产品开发、产品宣传；如何去分析、解决网络问题。本书的主要任务是讲授市场营销与网络营销、网络营销的理论框架、网络市场调研与策划、网络营销战略分析与策划、网络营销的信息搜索策略、E-mail营销策略、网络广告及效果测评、企业网站建设和推广、移动营销等内容。

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>