第一图书网, tushu007.com

<<网络营销导论>>

图书基本信息

书名：<<网络营销导论>>

13位ISBN编号：9787302109075

10位ISBN编号：7302109079

出版时间：2005-6

出版时间：清华大学出版社

作者：刘向晖

页数：346

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

本书是网络营销课程的一本导论性著作，全书分为三篇：基础篇、方法篇和应用篇。
基础篇从描绘时代特征入手，系统地论述了网络营销的理论基础和现实基础；方法篇详细介绍了网络营销实践中的各种策略和实战技巧；应用篇则着重探讨了网络营销的理论和方法在各种具体场合下的实际应用。
　本书在基础和应用并重的同时，包含了大量新鲜的内容，如网络营销的十大理论基础、网络营销的伦理问题、基于互联网的事件营销、互联网在城市营销中的运用、网络营销人员的职业前景等。
作为一本导论性著作，本书对与网络营销相关的几乎所有内容都有涉及，并且推荐了大量的参考书或在线资源供读者做更深入的探讨与学习。
本书既概括了大量国内外在网络营销研究上的最新进展，也总结了作者三年来在网络营销研究及应用方面的主要成果。
　本书适合电子商务、市场营销及相关专业的师生作为教材或者教学参考书使用，也适合网络营销的研究者和实践人员研读，还可以作为一本工具书放在案头随时备查。

<<网络营销导论>>

书籍目录

第一篇 基础篇 第1章 绪论 1.1 营销的新时代 1.2 网络营销概述 第2章 网络营销的理论基础 2.1 子商务经济学 2.2 消费者行为理论 2.3 整合营销传播理论 2.4 直复营销理论 2.5 关系营销理论 2.6 企业对企业营销理论 2.7 全球营销理论 2.8 服务营销理论 2.9 高科技营销理论 2.10 网络营销 伦理学 第3章 网络营销的现实基础 3.1 网络营销的技术基础 3.2 网络营销的制度基础 3.3 网络营 销的配套服务市场基础 第二篇 方法篇 第4章 网络营销决策支持系统及网络市场调研 4.1 网络营销决 策支持系统 4.2 网络市场调研 4.3 网络营销环境监测技术 4.4 互联网上重要的营销信息资源 4.5 网络市场调研的伦理问题 第5章 无网站的网络营销 5.1 电子邮件营销 5.2 虚拟社区营销 5.3 电子 商城营销 5.4 网上拍卖 第6章 基于网站的网络营销 6.1 网站的基本概念 6.2 企业网站的建设 企业营销网站的测试和发布 6.4 测试站点的使用 6.5 企业网站的推广 6.6 在线销售 6.7 企业营销 网站的运营 6.8 提供个性化服务的企业网站 6.9 基于网站的网络营销与无网站网络营销的配合 6.10 基于网站的网络营销与传统营销的配合 第7章 网络营销中的广告 7.1 广告基础 7.2 使用传统广告推 广电子商务 7.3 网络广告概述 7.4 网络广告从创意到评价 7.5 网络广告的法律和伦理问题 7.6 案 例分析：网络广告与传统广告整合 第8章 网络营销公共关系 8.1 网络公共关系的概念 8.2 公共关系 和营销的关系 8.3 公共关系的工具 8.4 互联网对公共关系的影响 8.5 网络公共关系的内容 8.6 网 络公共关系的过程 8.7 基于互联网的事件营销 8.8 危机管理 8.9 职业前景：童材网络公关公司 第 章 网络营销的伦理问题 9.1 网络营销伦理问题的重要性 9.2 网络营销伦理的源流 9.3 网络营销伦 理的内容 9.4 网络营销伦理战略 第三篇 应用篇 第10章 中小企业的网络营销 10.1 中小企业的概念 和特点 10.2 中小企业网络营销的特点 10.3 中小企业网络营销的特殊策略 10.4 中小企业网络营销 的两个案例 第11章 企业间的网络营销 11.1 B2B网络营销的特点 11.2 B2B电子邮件营销 11.3 B2B 拟市场 11.4 B2B网站营销 11.5 B2B广告和公共关系 11.6 白皮书营销 11.7 政府采购 11.8 案例 析：美国国家半导体公司针对一线工程师的网络营销 第12章 服务行业的网络营销案例 12.1 案例1： 进军赛博空间的修鞋铺 12.2 案例2：浪漫红虾-- 海鲜餐馆的网络营销 12.3 案例3：匹兹堡物流系统 公司依据7P来设计网站 12.4 案例4：Travelocity的搜索引擎营销 12.5 案例5：迪斯尼在线的网络营销 之道 12.6 案例6：网络游戏的营销策略 第13章 国际和全球网络营销 13.1 全球网络营销的意义 1 全球网络营销的问题 13.3 全球网络营销的要点 第14章 非传统网络营销实例：城市网络营销 14.1 城市营销的概念 14.2 城市营销的挑战和对策 14.3 城市网络营销

媒体关注与评论

本书包含了丰富的插图和练习，并配备了电子教案辅助讲授和学习，特别适合高校教学和企业内训使用。

本书特点：　包含了大量令人耳目一新的内容，添加了“小资料”、“小参考”、“阅读思考”、“上网活动”等别具一格的模块。

涉及到了国内外最新的网络营销实战案例以及最前沿的网络营销研究成果，提供了大量参考文献和网上资源帮助读者进一步学习和深入研究。

罗列了网络营销领域几乎所有重要概念的英语对照词汇。

为读者提供了彼此交流、互相学习的网上平台。

读者对象：　高等院校电子商务、市场营销专业的本科生、研究生。

企业高层管理者、市场营销和策划人员、电子商务从业人员。

网络营销的研究者和实践人员。

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