

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787302151890

10位ISBN编号：730215189X

出版时间：2007-6

出版时间：清华大学

作者：彭奏平

页数：240

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

本书从网络营销的生产、发展及网络营销的环境分析到各种重要的网络营销策略的设计，全面、系统地介绍了网络营销的基本理论、知识和方法。

本书既可作为高职高专院校的教材，同时也可作为有志于网络营销的人士的参考用书。

<<网络营销>>

书籍目录

第一章 网络营销概述 第一节 网络营销的概念 一、市场营销综述 二、网络营销的含义与内容 三、网络营销的职能与特点 第二节 网络营销的产生和发展 一、网络营销的产生 二、网络营销的发展趋势 第三节 网络营销与传统营销 一、网络营销与传统营销的异同点 二、网络营销的优势与劣势 三、网络营销对传统营销的冲击 四、网络营销与传统营销的整合 思考题第二章 网络营销环境 第一节 网络营销的宏观环境 一、经济环境 二、自然环境 三、政治法律环境 四、科学技术环境 五、社会文化环境 第二节 网络营销的微观环境 一、企业 二、网络营销渠道企业 三、网络营销顾客 四、竞争对手 五、网络营销公众 第三节 网络营销的技术环境 一、网络营销平台 二、电子支付技术 三、电子交易安全技术 四、物流技术 思考题第三章 网络营销技术基础 第一节 国际互联网基础知识 一、Internet的起源与发展 二、Internet的特点 三、Internet的主要功能 四、WWW和浏览器 第二节 计算机网络技术 一、计算机网络的概念 二、计算机网络协议 第三节 网络信息检索基础知识 一、什么是信息检索 二、文献检索的基本知识 三、搜索引擎 四、搜索查询的技巧 思考题第四章 网络市场购买行为分析 第一节 网络市场的概念及其分类 一、网络市场的概念 二、网络市场的分类 第二节 网络消费者的市场购买行为分析 一、网络市场特征和消费者购买行为分析第五章 网络市场调研第六章 网络目标市场营销第七章 网络营销策略第八章 网络品牌战略第九章 网络广告第十章 网络营销管理第十一章 网络营销实训附录 实训报告格式参考文献

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>