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：9787307072800

10位ISBN编号：7307072807

出版时间：2009-8

出版时间：武汉大学出版社

作者：袁声莉，雷莉　主编

页数：285

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

本次再版对原书内容做了较大修订。
一是进一步突出操作性和实务性，增加了一些新案例和训练材料，删减了部分理论知识，以突出教材内容的实用性；二是淘汰了部分陈旧内容，同时适度增添了一些有利于拓宽学生视野的延伸性阅读材料。
再版基本遵循原教材的框架，共12章，由袁声莉和雷莉提出修订大纲，并负责统稿。
编写分工如下：袁声莉负责第1、2、3章的修订；雷莉负责第6、7、10章的修订；朱剑锋负责第4、8、11章的修订；毛志斌负责第5、9、12章的修订。
在本教材的出版过程中，得到了武汉大学出版社的领导和老师的大力支持，特别是得到本教材责任编辑柴艺女士的精心编辑和帮助，在此一并表示诚挚的谢意！

内容概要

本书在第一版的基础上，进一步突出操作性和实务性，增加了新的案例和训练材料，删减部分理论知识，使教材内容更具实用性；淘汰了部分陈旧内容，适度增添有利于拓宽学生视野的延伸性阅读。
全书分为12章，分别介绍网络营销的基本概念、网络营销系统与手段、市场调研策略、消费者分析与定位、产品策略、价格策略、渠道策略、客户关系策略、公共策略、产品策略、网络营销管理。

<<网络营销>>

书籍目录

第一章 网络营销概述　第一节 网络营销的层次与内涵　第二节 网络营销的特点　第三节 网络营销产生的基础第二章 网络营销系统与手段　第一节 网络营销系统　第二节 网络营销手段第三章 网络营销的战略与计划　第一节 网络营销战略分析　第二节 网络营销战略环境分析　第三节 网络营销战略目标　第四节 网络营销的网站竞争战略　第五节 网络营销计划的制定第四章 网络营销的市场调研策略　第一节 网络市场调研概述　第二节 网络市场调研的步骤和方法　第三节 网络市场调研的策略第五章 网络消费者分析与定位策略　第一节 网络消费者的一般特征分析　第二节 网络消费者的购买行为　第三节 网络营销目标市场细分第六章 网络营销的产品策略　第一节 网络营销产品概述　第二节 网络营销新产品的开发　第三节 网络营销服务策略　第四节 网络营销品牌策略第七章 网络营销的价值策略　第一节 网络营销定价概述　第二节 网络营销的一般定价策略　第三节 网络营销免费价格策略　第四节 网络营销动态定价策略第八章 网络营销的渠道策略　第一节 网络分销渠道概述　第二节 网络分销渠道中的中间商类型　第三节 网络分销渠道的结构及分销过程　第四节 网络分销渠道的策划与管理第九章 网络营销的客户关系策略　第一节 客户关系管理概述　第二节 客户关系管理的内容　第三节 客户关系管理在市场营销中的运用　第四节 客户关系管理的技术支持第十章 网络营销的公关策略　第一节 网络营销环境下企业公共关系的新特点　第二节 网络公共关系的传播渠道和形式　第三节 互动式网络公关材料的写作　第四节 网络公共关系的建立与维护第十一章 网络营销的广告策略　第一节 网络广告的特点与步骤　第二节 网络广告的形式　第三节 网络广告策略　第四节 网络广告效果测评第十二章 网络营销的管理　第一节 网络营销的管理步骤　第二节 网络营销的组织管理　第三节 网络营销控制参考文献

章节摘录

第一章 网络营销概述第二节 网络营销的特点由于观察的角度不同，人们对网络营销的特点的理解必然有所差异。
下面列举几种不同的观点。
有的专家提出，网络营销具有能够真正实现全球化商业等特点。
他们认为，与传统营销只能在有限空间进行信息传递相比，基于Internet的网络营销给人们提供了一个更大、更有效的传递信息的空间，使网络营销比传统营销方式具有更强的传递信息的能力；传统的营销方法在一定程度上会受到时间和空间的约束．但通过Internet，你可以完全不考虑空间的因素，远在天边与近在咫尺都变成了理论上的距离，更多人关心的不只是某个地区、国家，而是全球，从而能够真正实现全球化营销。
还有的专家把以顾客为主体、便捷的购物方式、更激烈的竞争也纳入网络营销的特点之中。
另外也有专家将网络营销的特点概括为市场联系的广泛性、信息的实时交互性、用户的能动性等。

编辑推荐

《网络营销(第2版)》：21世纪高职高专系列教材(市场营销类)，国家级试点专业市场营销示范教材。

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