第一图书网, tushu007.com

<<网络营销学>>

图书基本信息

书名：<<网络营销学>>

13位ISBN编号：9787500552475

10位ISBN编号：7500552475

出版时间：2001-9

出版时间：李友根 中国财政经济出版社 (2001-08出版)

作者：李友根

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

网络营销学，ISBN：9787500552475，作者：李友根编著

作者简介

李友根，复旦大学经济学硕士学位，现为汕头大学商学院副教授。
长期执教《市场营销学》等专业课程，并多次为有关企业进行营销策划，曾参著有《不发达国家经济发展道路理论和政策选择》、《建立闽粤赣经济区以形成南中国经济增长带的研究》等，发表了《为民营经济发展营造公平的融资环境的对策思考》等18篇论文。

<<网络营销学>>

书籍目录

第一章 网络与网络营销 第一节 INTERNET互联网介绍 第二节 网络营销的概念 第三节 网络营销的内容 第四节 网络营销的特点 第二章 战略规划和网络营销管理过程 第一节 战略规划的内容和步骤 第二节 网络营销管理过程 第三节 网络营销计划 第三章 网络营销环境分析 第一节 网络营销微观环境 第二节 网络营销宏观环境 第三节 网络营销环境变化的对策 第四章 网络营销调研和信息系统 第一节 网络营销信息系统 第二节 网上调研 第三节 搜索网上营销机遇 第五章 网上顾客行为研究 第一节 上网顾客概貌 第二节 上网顾客行为研究 第三节 上网顾客的计算机特点 第四节 上网顾客如何使用网上资源 第六章 商业网站构建的基础分析 第一节 内部网络INTRANET—网上商店的支撑 第二节 商业网站构建的基础 第七章 基本商业网站的创建策略 第一节 商业站点的构建策略 第二节 网上商店的设计策略 第八章 商业网站的维护策略 第一节 WEB服务器的维护策略 第二节 数据库的维护策略 第九章 网络广告策略 第一节 网络广告优势 第二节 网络广告策划过程 第三节 网络广告沟通 第四节 网络广告中介 第五节 网络广告的技巧与策略 第十章 E—mail营销策略 第一节 利用E—mail开展营销 第二节 利用邮件列表开展营销 第十一章 新闻组、网上论坛营销策略 第一节 新闻组USENET营销策略 第二节 网上论坛营销策略 第十二章 商业网站营销的准则、方法和误区 第一节 商业网站营销的准则 第二节 商业网站营销的方法 第三节 商业网站营销的误区 第十三章 网络营销的组织与执行 第一节 网络营销的组织 第二节 网络营销的执行 第十四章 评估与控制网络营销工作 第一节 评估网络营销工作 第二节 控制网络营销工作 参考文献 后记

章节摘录

版权页： 插图： 据上海市科委介绍，上海现已建和在建的智能化小区约20个，其中绝大多数属于普及型“智能化”，还处于“中低水平”。
如果说一个小区能做到“智能保安”、“宽带入网”或“远程抄表和交”的话，那还只是“智能化”中最起码的条件。
退一万步讲，即使楼盘在设计和建设上达到了“智能化”标准，但在整体施工和管理上也难以跟上，因为目前我们还不具备这样的条件。
所以，眼下市场上冠名“智能化”的楼盘大都是名不符实的。
我们也通过其他途径调查到，目前国内专业从事智能小区网络化生活解决方案的品牌仅有成都地区的交大智业的好家仆，而华南、华东地区的类似产品，如广东碧枝园系列、南海怕翠花园、番马丽江花园、珠江新城的智能小区建设都是作为这些房产项目的配套设施出现在房地产市场，而且，他们更多地是强调硬网络，即带宽等网络基础设备的优越，很少涉及社区软件环境的网络化建设。
可见，智能小区建设是一个正在形成趋势但远还未成熟的初生市场。
在这个市场上，我们将专注于软网络的开发和实施；在一至两年内把时慧软网络培养成全国尤其是华南区领先的专业品牌。
因此我们的2001—2003年营销计划将聚焦在品牌塑造和传播上，力求使时慧品牌成为中国市场上美誉度领先的专业品牌。
（四）营销原则 在整个企划中，我们会遵循我们的营销信条：品牌在高品质销售中成长、客户是最好的品牌专家。
（五）具体计划 根据营销对象（房产商、内容提供商和社区住户）不同，我们作出以下具体计划：1.案例营销——贯穿整个营销过程。
我们认为我们作过的高品质解决方案是时慧品牌最好的诠释。
面向各个对象，提出我们对自己的品质愿景——“件件都是代表作”。
汕头大学园区作为我们的第零套解决方案对我们的品牌塑造是十分重要的。
我们在丰富其内涵。
提升其品质的同时，还要积极和国内权威专业机构沟通，力求得到他们的指导和认证。
在进行营销活动时，我们会把汕大园区解决方案作为时慧品牌的代表作。
通过真真正正的解决方案，让时慧品牌不仅仅是一个品牌。

编辑推荐

《21世纪高等院校电子商务试用教材:网络营销学》以市场经济体系为基本框架，主要从培养学生网络经济环境下的分析能力和应用能力出发，注重实例与理论分析相结合，围绕传统企业在网络经济环境下的再创造展开论述，全面介绍了网络营销手段和网络营销管理过程等。

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