第一图书网, tushu007.com

<<网络营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<网络营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787810828901

10位ISBN编号：7810828908

出版时间：2007-1

出版时间：北京交通大学出版社

作者：刘茂福

页数：236

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

本书从市场营销理念与网络技术相结合的视角，构建网络营销的内容体系，通过实证分析，提出了网络营销的新“4C”策略：创意、沟通、对抗、协同策略。
本书共分9章：网络营销概述、网络营销的常用技术、网络用户的特征与行为、网络市场调研、创意策略、沟通策略、对抗策略、协同策略、网络营销风险控制与效果评价。
各章内容简明扼要，并附有学习目标、本章概要和课后实践、网络新闻或网络案例，有助于学生对本章知识点的掌握；便于理解、掌握所学知识在实际中的应用。
　本书在编写时力求结合最新网络实践，紧扣高职高专的教学特点，系统介绍网络营销的基本原理与实践技巧，做到深入浅出、论据翔实、富有创新性；注重基础理论，讲求实用。
本书是财经管理类专业课程教材，也可以作为从事市场研究与销售工作人员的工作参考书。

<<网络营销理论与实务>>

书籍目录

第1章 网络营销概述 1.1 网络营销的产生原因 1.2 网络营销的科学内涵 1.3 网络营销的演进 1.4 中国网络营销面临的主要问题 1.5 网络营销的定位 1.6 网络营销的核心理念与内容体系 本章概要 课后实践 网络新闻：电视+网络＝第2章 网络营销的常用技术 2.1 网络平台 2.2 网络工具 2.3 数据库 本章概要 课后实践 网络新闻：网络银行服务更加人性化第3章 网络用户的特征与行为 3.1 网络消费者的特征与行为 3.2 网络企业的特征与行为 3.3 网络政府的购买行为、特点与营销对策 本章概要 课后实践 网络新闻：从“ 免费 ”到“ 收费 ”的困惑第4章 网络市场调研 4.1 网络市场调研的类型与过程 4.2 网络市场调研的方法 4.3 网络市场调研的策略与技巧 ……第5章 创意策略第6章 沟通策略第7章 对抗策略第8章 协同策略第9章 网络营销风险控制与效果评价附录A CNNIC提供的优秀网站的基本要素附录B 中国互联网络域名管理办法（信息产业部令第30号）附录C 互联网电子邮件服务管理办法（信息产业部令第38号）附录D 互联网电子公告服务管理规定（信息产业部令第3号）附录E 信息网络传播权保护条例（国务院令第468号）参考文献

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