

《网络营销理论与实践》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2011年12月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787561165706

内容简介

《网络营销理论与实践》是新世纪应用型高等教育教材编审委员会组编的电子商务类课程规划教材之一。

随着经济全球化的深入发展和信息技术的日新月异，网络逐渐成为人们生活和工作中不可或缺的服务工具，以Internet为核心的网络技术的发展与应用，使整个社会步入了网络经济时代，在此基础上网络营销开始逐渐显现其强大的市场作用。在中国，网络已经成为继电视媒体和报纸的第三大媒体。作为一个巨大的宣传平台，网络不仅影响着人们的生活，也改变看企业的经营环境，为网络营销奠定了坚实的基础。

为了适应我国对网络营销人才的迫切需求，帮助企业在互联网环境下增加竞争优势，满足应用型本科院校电子商务及市场营销专业的学生的学习要求，编者在总结多年教学经验的基础上编写了本教材。

随着经济全球化的深入发展和信息技术的日新月异，网络逐渐成为人们生活和工作中不可或缺的服务工具，以Internet为核心的网络技术的发展与应用，使整个社会步入了网络经济时代，在此基础上网络营销开始逐渐显现其强大的市场作用。在中国，网络已经成为继电视媒体和报纸的第三大媒体。作为一个巨大的宣传平台，网络不仅影响着人们的生活，也改变看企业的经营环境，为网络营销奠定了坚实的基础。

本教材全面阐述了网络营销相关知识的体系，在介绍网络营销主要思想和理论框架的基础上，以网络营销过程中所涉及的各个环节为主线进行详细的讲解，配以大量的案例和补充阅读材料，方便读者更好地掌握网络营销从初期的调研分析到运营管理的基本知识和方法。本教材共12章，着重介绍了网络营销的基础知识、基本原理、方法和应用领域，主要内容包括：网络营销概述、网络营销环境分析、网络消费者购买行为分析、网上市场调研、网络营销基本策略、网络营销的工具和方法、网络营销导向的企业网站、搜索引擎营销、网络广告、网络营销战略规划、网络营销下的客户服务、网络品牌营销。

[显示全部信息](#)

目录

第1章 网络营销概述

1.1 网络营销的产生和发展

1.2 网络营销的概念

1.3 网络营销与传统营销

1.4 网络营销的相关理论

1.5 营销理念的历史演变

1.6 中国网络营销的现状及发展中存在的问题

本章小结

本章习题

第2章 网络营销环境分析

2.1 网络营销环境的概念

2.2 宏观环境分析

2.3 微观环境分析

2.4 中国网络营销外部环境分析

1.1 网络营销的产生和发展

1.3 网络营销与传统营销

1.5 营销理念的历史演变

本章小结

第2章 网络营销环境分析

2.2 宏观环境分析

2.4 中国网络营销外部环境分析

本章习题

3.1 网络消费者的购买动机

3.3 网上目标顾客需求特征及策略

本章习题

4.1 网上市场调研概述

4.3 网上市场调研问卷设计

本章习题

5.1 网络营销产品策略

5.3 网络营销渠道策略

第6章 网络营销的工具和方法

第8章 搜索引擎营销

第10章 网络营销战略规划

第12章 网络品牌营销

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)