

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787040353655

10位ISBN编号：7040353652

出版时间：2012-8

出版时间：许宝良 高等教育出版社 (2012-08出版)

作者：许宝良 编

页数：288

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

《电子商务专业课程改革成果教材：网络营销》是浙江省中等职业教育电子商务专业课程改革成果教材。

《电子商务专业课程改革成果教材：网络营销》共有18个项目，包括：网络营销基础知识、网络市场调研方案的设计、网络市场调查问卷的设计、网络市场调研方案的实施、调研资料的整理和分析、调研报告的撰写和汇报、市场细分与目标市场、网络营销产品策略、网络营销价格策略、网络新闻传播、搜索引擎营销和PPC营销、电子邮件营销、SNS营销、手机营销、网络广告、网络游戏营销、即时通信工具营销、微博营销。

《电子商务专业课程改革成果教材：网络营销》可作为中等职业学校电子商务专业教材，也可以作为在职人员岗位培训教材或电子商务从业人员自学用书。

<<网络营销>>

书籍目录

项目一 网络营销基础知识 任务一认识市场营销 任务二熟悉网络媒体及购物网站 任务三分析网络营销案例 项目二 网络市场调研方案的设计 任务一拟订调研目标 任务二设计网络市场调研方案 任务三修改网络市场调研方案 项目三 网络市场调查问卷的设计 任务一认识调查问卷 任务二设计调查问卷 任务三测试与修正调查问卷 项目四 网络市场调研方案的实施 任务一在线发布调研问卷 任务二进行专题讨论 任务三利用网络收集商务信息 项目五 调研资料的整理和分析 任务一整理调研资料 任务二分析调研资料 项目六 调研报告的撰写和汇报 任务一认识调研报告 任务二撰写调研报告 任务三修改调研报告 任务四汇报调研结果 项目七 市场细分与目标市场 任务一认识市场细分 任务二确定目标市场 任务三定位目标市场 项目八 网络营销产品策略 任务一确定网络营销的产品 任务二制定网络营销产品策略 项目九 网络营销价格策略 任务一认识产品价格 任务二掌握产品的定价方法 任务三制定价格策略 项目十 网络新闻传播 任务一认识网络新闻 任务二确定新闻受众 任务三撰写网络新闻 项目十一 搜索引擎营销和PPC营销 任务一认识搜索引擎营销 任务二开展PPC营销 项目十二 电子邮件营销 任务一认识电子邮件营销 任务二创建邮件列表并发布订阅入口 任务三制作并发送邮件广告 任务四群发电子邮件 项目十三 SNS营销 任务一认识SNS营销 任务二实施SNS营销 项目十四 手机营销 任务一认识手机营销 任务二群发手机短信 项目十五 网络广告 任务一认识网络广告 任务二了解网络广告策划 任务三设计网络广告 项目十六 网络游戏营销 任务一认识网络游戏营销 任务二发布营销信息 项目十七 即时通信工具营销 任务一认识即时通信工具 任务二学会使用腾讯QQ 任务三学会使用MSN 任务四利用即时通信工具发布广告 项目十八 微博营销 任务一认识微博 任务二学会使用新浪微博 任务三认识微博营销 参考文献

章节摘录

版权页：插图：任务一认识市场细分 人物要求 掌握市场细分的相关知识。

任务情景 余铭完成了一次精彩的调研汇报，公司的领导对他们的团队工作成果非常地满意，并对他们的前期工作进行了总结和奖励。

做网络营销，接下来的工作更为艰苦和细致，就是要为企业选择正确的市场和产品了。

余铭团队带着成功的喜悦投入到了企业网络市场的细分工作中。

任务实践 由于余铭是电子商务专业毕业的，对市场营销的知识有个大致的了解，他的团队很多人对市场细分的概念等内容比较含糊，而要确定网络市场，首先就要对这个庞大的网络市场进行细分，所以在投入到实际操作的工作之前，余铭组织团队对以下知识进行了学习。

一、市场细分的认知 市场细分的观点是美国著名市场营销学者温德尔·斯密在广泛总结了企业在市场营销实践经验的基础上，于1956年首次提出的。

这一概念的提出不仅立即为理论界所接受，更受到企业普遍重视，并迅速得到应用，使企业的市场营销有大量营销进入到目标营销阶段，至今仍被广泛使用。

在理解市场细分的时候，我们应该把握以下两个问题：（1）市场细分的实质是细分消费者的需求。

（2）市场细分的目的是使企业选择和确定目标市场，实施有效的市场营销组合，从而以最少、最省的营销费用取得最佳的经营成果。

二、市场细分的必要性（1）网络消费者需求的差异性。

（2）网络消费者需求的相似性。

（3）企业资源和能力的局限性。

三、网络营销市场细分的作用 市场细分不是依据产品品种和产品系列进行划分的，而是从消费者（指最终消费者和工业生产者）的角度进行划分的。

从消费者的需求、动机和购买行为的多元性与差异性可知，市场细分对企业（创业者）的生产和营销起着极其重要的作用。

<<网络营销>>

编辑推荐

《网络营销》可作为中等职业学校电子商务专业教材，也可以作为在职人员岗位培训教材或电子商务从业人员自学用书。

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>