

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787111194088

10位ISBN编号：711119408X

出版时间：2006-9

出版时间：机械工业出版社

作者：郭笑文

页数：355

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

Internet带来的不仅是一场信息革命，更重要的是它将引起人类社会、经济活动方式的深刻变革。

一方面，虚拟市场空间、在线消费行为以及竞争对手的改变对企业营销者提出挑战。

另一方面，Internet及相关技术提供了更有效的信息沟通与产品销售渠道，信息交流的及时性、互动性、广泛性和深入性使得商家能深度洞察消费者，并与顾客及其他利益相关者建立高度互动、个性化的关系，为服务营销、关系营销、整合营销等现代营销理念提供了现实基础。

因此，企业界与学界都承认网络营销将会是未来网络经济中最具潜力、更有广泛适用性的营销发展方向。

本书着力于突出营销环境变化及营销技术创新使网络营销在营销理念、营销观念与决策框架、营销策略与方法等方面发生的重大变革，选择了几个重点方面以突出此主题：网络营销环境与在线消费者行为，网络营销战略，客户关系管理，以及网络营销策略5C组合——顾客价值(Customer Value)、成本(Cost)、渠道(Channel)、沟通(Communication)和客户界面(Customer Interface)，其中客户界面更是一种与其他同类教材不同的新的尝试。

本书为北京外国语大学国际商学院组编的经济与管理核心课程教材系列中的一本，适合相关专业学生、网络营销从业者及对网络营销感兴趣的读者阅读。

作者简介

郭笑文，北京外国语大学国际商学院教授，国际商学院副院长，中国社会科学院研究生院兼职教授，北京行为科学学会理事。

研究方向为企业战略管理、市场营销管理。

为研究生和本科生开设市场营销学、管理学、企业发展战略学等课程。

主要著作有《企业发展战略学》《19—2050年

<<网络营销>>

书籍目录

丛书序前言第一章 概述 第一节 网络营销基本概念 一、市场营销的基本概念及其演进 二、网络营销的概念 第二节 网络营销基本原理 一、营销环境变化 二、营销研究方法与创新 三、网络营销组合 四、网络整合营销 第三节 本书的内容框架 关键概念 英文阅读材料 Internet Marketing Overview第二章 网络营销环境 第一节 网络营销环境的变化及对网络营销战略的影响 一、市场形态的变化 二、顾客群的变化(在线消费者分析) 三、网络营销的竞争优势 第二节 网络营销服务中介 一、ISP与网络营销信息高速公路 二、ICP典型运营商和其他中介服务业 三、EM(电子化交易市场)运营创新交易方式 四、我国网络营销技术可行性研究 第三节 网络营销法律与伦理环境 一、电子商务的政策、法规 二、网络营销安全 三、网络营销道德与网络社会秩序关键概念 案例1:亚马逊何以在低潮也成功 案例2:许可E-mail营销效果——细节决定成效 案例3:网上拍卖的发展之路——在诚信与失信之间徘徊 英文阅读材料 Consumer Behavior第三章 网络营销市场细分与营销战略 第一节 网络营销市场细分 一、网络市场细分的概念 二、网络市场细分的作用 三、网络市场细分变量 第二节 网络营销战略 一、整合网络营销战略 二、形势分析 三、战略目标制定 四、战略制定 关键概念第四章 网络客户关系管理第五章 网络营销产品策略第六章 网络营销定价策略第七章 网络营销沟通第八章 网络分销渠道第九章 网络营销客户界面参考文献推荐网站

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>