

<<网络营销-第2版>>

图书基本信息

书名：<<网络营销-第2版>>

13位ISBN编号：9787111383987

10位ISBN编号：7111383982

出版时间：2013-1

出版时间：郝戊 机械工业出版社 (2012-12出版)

作者：郝戊

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-第2版>>

### 内容概要

《网络营销（第2版）》在第1版的基础上，增加了网络营销的一些最新内容，具体包括：介绍了市场营销的概念、特点和发展等内容，并在此基础上通过与市场营销的对比与分析阐述了网络营销的含义、特点、优势、产生过程和发展现状；循序渐进地叙述了网络营销环境、网络市场与网络市场主体行为分析、网络营销调研、网络目标市场营销、网络营销产品策略、企业网站策略、网络营销定价策略、网络营销渠道策略、网络营销沟通策略和网络广告策略等内容；最后给出了较为完整的网络营销战略计划的制订过程和基本框架。

本书各章开头都有引例，结尾有案例分析，便于读者能结合实际掌握网络营销的相关知识和方法。

《网络营销（第2版）》可作为信息管理、电子商务、市场营销专业本科生或专科生教材，也适合硕士研究生以及从事电子商务和网络营销的有关人员阅读参考。

## 书籍目录

序第2版前言第1版前言第一章 网络营销概述 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 网络营销的概念与特点 第二节 网络营销对传统营销的冲击及其优势分析 第三节 网络营销的产生和发展 第四节 网络营销产生的基础 复习思考题 案例分析第二章 网络营销环境 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 网络营销环境的含义和分类 第二节 网络营销环境的新特征 第三节 网络营销环境分析 复习思考题 案例分析第三章 网络市场与网络市场主体行为分析 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 网络市场概述 第二节 网络消费者行为分析 第三节 网络市场中的组织行为分析 复习思考题 案例分析第四章 网络营销调研 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 网络营销信息系统 第二节 网络营销调研的特点和作用 第三节 网络营销调研的步骤 第四节 网络营销调研的方法 第五节 网络营销调研策略 第六节 网络数据库营销 复习思考题 案例分析第五章 网络目标市场营销 本章主要内容。

学习目标 引例 第一节 网络市场细分 第二节 网络营销目标市场的选择 第三节 网络营销目标市场定位 复习思考题。

案例分析第六章 网络营销产品策略 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 网络营销产品概述 第二节 网络营销产品组合策略 第三节 网络营销新产品开发策略 第四节 网络营销品牌策略 复习思考题 案例分析。

第七章 网站策略 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 企业网站概述和域名策略 第二节 网站定位策略 第三节 企业网站的建设及网页的设计 第四节 网站的推广 复习思考题 案例分析第八章 网络营销分销渠道策略 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 网络营销分销渠道的功能与类型 第二节 网络营销分销渠道的设计和管理 第三节 网络营销中间商 复习思考题 案例分析第九章 网络营销定价策略 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 网络营销定价概述 第二节 网络营销定价策略的类型 第三节 免费价格策略 复习思考题 案例分析第十章 网络营销沟通策略 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 网络营销沟通概述 第二节 网络公共关系策略 第三节 网络营销的促销策略 复习思考题 案例分析第十一章 网络广告策略 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 网络营销广告概述 第二节 网络广告的表现形式 第三节 网络广告的实施 复习思考题 案例分析第十二章 网络营销战略计划 本章主要内容 学习目标 引例 第一节 网络营销战略概述 第二节 网络营销战略计划的制定 复习思考题 案例分析参考文献

<<网络营销-第2版>>

编辑推荐

郝戌编著的《网络营销(第2版普通高等教育电子商务专业规划教材)》系统全面介绍了网络营销相关知识,本书可作为信息管理、电子商务、市场营销专业本科生或专科生教材,也适合硕士研究生以及从事电子商务和网络营销的有关人员阅读参考。

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>