

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787300157108

10位ISBN编号：7300157106

出版时间：2012-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：姜旭平

页数：287

字数：363000

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

本书采用案例教学方法，通过案例引出问题，启发思考，运用头脑风暴寻找规律，举一反三，加强对理论和学科体系的理解。

在展开案例分析时，有三点要特别提请读者注意：（1）不要太在意案例的背景企业，关键要看它当时的做法是否对我们有启发意义；（2）不要脱离当时的历史背景，重点研究企业在特定的环境下如何分析问题并取得成功的规律；（3）在讨论中，不要期望立刻就得到正确的结论，能提出问题、启发思考、引起讨论就好。

真理往往是辩出来的，而且越辩越明！

本书可作为电子商务、工商管理、市场营销和计算机应用等各专业的本科或大专教材，可广泛适用于企业管理者、市场推广和营销策划人员、电子商务与网络营销从业人员等。

## &lt;&lt;网络营销&gt;&gt;

## 书籍目录

## 第一篇 网络营销概述

## 第1章 网络营销的沿革与发展

## 第1节 网络技术的形成和发展以及人们信息获取模式的改变

## 第2节 网络经济和电子商务的发展趋势

## 第3节 网络营销及其发展

## 本章小结

## 重点概念和知识点

## 练习题

## 章末案例

## 第2章 网络营销的定义、功能、应用环境与技术基础

## 第1节 网络营销的概念与发展

## 第2节 网络营销的应用环境与技术基础

## 第3节 网络营销运作模式及体系创新

## 本章小结

## 重点概念和知识点

## 练习题

## 章末案例

## 第二篇 e时代的营销传播

## 第3章 网络环境下的企业营销传播模式

## 第1节 营销的两大目标及其实现途径

## 第2节 网络环境下的企业营销传播模式

## 第3节 大众快速消费品的典型案例分析

## 第4节 工业用品行业的典型案例分析

## 本章小结

## 重点概念和知识点

## 练习题

## 章末案例

## 第4章 理念传播与消费趋势引导

## 第1节 客户及购买模式分析

## 第2节 理念传播对消费趋势的引导作用

## 第3节 以营销策划传播经营理念, 引导消费趋势

## 第4节 网络营销的应用模式

## 本章小结

## 重点概念和知识点

## 练习题

## 章末案例

## 第5章 网络营销的驱动模式

## 第1节 关于企业营销策略定位的争论

## 第2节 柯达公司网络营销策略分析

## 第3节 驱动市场型的网络营销策略

## 第4节 营销理论及关注重心的转移

## 本章小结

## 重点概念和知识点

## 练习题

## 章末案例

<<网络营销>>

第6章 以服务捆绑营销

第1节 强生公司网络营销策略分析

第2节 以人为本、满足需要是捆绑营销的前提

第3节 强生公司网络营销模式在中国的发展

第4节 网络加速了营销策略的演化进程

第5节 以营销实践创造市场，拉动需求

本章小结

重点概念和知识点

练习题

章末案例

第7章 增值服务

第1节 增值服务的基本概念

第2节 现代信息服务模式及其在营销中的应用

第3节 类似网络增值服务方法的发展与延伸

第4节 创新思维和差异化战略

本章小结

重点概念和知识点

练习题

.....

第 篇 营销网站创建

第 篇 网络环境下的营销传播与运作方法

参考文献

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>