

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787302101703

10位ISBN编号：7302101701

出版时间：2005-2

出版时间：清华大学出版社

作者：沈凤池 编

页数：252

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

本书主要讲述网络营销的基本知识与实际应用。

全书共分9章，分别介绍了网络营销的环境、网络消费者购买行为的分析方法、网络市场调研的方法与技巧、网络目标市场准确定位的方法、网络营销策略的制定、网络促销手段的灵活运用以及网络营销管理等。

本书内容新颖，结构合理，从案例分析入手，深入浅出地讲解，同时突出在互联网环境中从事有效经营活动所需要的知识与技能。

本书可作为调职高专院校信息类、经贸类专业及其他专业电子商务课程的教材。

<<网络营销>>

书籍目录

第1章 网络营销概述 1.1 网络营销的概念 1.2 网络营销与传统营销 习题第2章 网络营销环境 2.1 网络营销宏观环境 2.2 网络营销微观环境 2.3 网络营销技术环境 习题第3章 网络消费者购买行为分析 3.1 网络消费者分析 3.2 影响网络消费者购买因素分析 3.3 网络消费者购买决策过程分析 习题第4章 网络市场调研 4.1 网络市场调研概述 4.2 网络市场调研的方法与步骤 4.3 网络市场调研的组织 习题第5章 网络目标市场营销 5.1 网络市场细分 5.2 网络目标市场的选择 5.3 网络市场定位 习题第6章 网络营销策略 6.1 网络营销产品策略 6.2 网络营销定价策略 6.3 网络营销物流渠道策略 6.4 网络客户关系管理策略 习题第7章 网络促销 7.1 网络促销概述 7.2 网络促销技术手段的应用 7.3 网络广告 7.4 网络公共关系 习题第8章 网络品牌战略 8.1 网络营销产品品牌战略 8.2 网络营销企业品牌战略 习题第9章 网络营销管理 9.1 网络营销组织管理 9.2 网络营销经营风险管理 习题参考文献

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>