

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787302316336

10位ISBN编号：7302316333

出版时间：2013-3

出版时间：清华大学出版社

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

《网络营销(新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材)》(作者郦瞻)针对电子商务与网络营销发展日新月异的形势,基于Web 2.0背景,力求充分体现前沿性、规范性与先进性;突破国内外原有的网络营销教材的逻辑体系与知识内容,创新性地构建网络营销基础和战略、网络消费者理论、网络营销组合、社会化媒体营销与网络营销技术和工具五大模块。

《网络营销(新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材)》共5篇18章。其内容基本覆盖了网络营销理论知识与实践前沿的要点与工具,能够充分满足网络营销课程的教学与应用要求。

本书立足前沿、结构新颖、体系规范、侧重应用,既可作为一本面向大学生编写的电子商务专业基础教程,也适合于有志于从事电子商务与网络营销的创业者进行通用性学习。

<<网络营销>>

作者简介

杭州师范大学阿里巴巴商学院电子商务系主任。

<<网络营销>>

书籍目录

第一篇 网络营销基础与战略第1章 网络营销概述 1.1 电子商务与网络营销 1.2 Web 1.0时代的网络营销 1.3 Web 2.0时代的网络营销1.3.1 Web 2.0网络营销的特点1.3.2 Web 2.0网络营销的内容1.3.3 Web 2.0网络营销的推广方式 1.4 Web 3.0时代的网络营销 思考题 参考文献第2章 网络营销战略计划第二篇 网络消费者理论第3章 网络消费者市场第4章 客户关系管理第5章 客户体验管理第三篇 网络营销组合第6章 网货与网货品牌第7章 网络营销渠道第8章 网络价格第9章 网络营销传播第四篇 社会化媒体营销第10章 社会化媒体营销基础第11章 微博营销第12章 博客营销第13章 SNS社区营销第14章 视频营销第五篇 网络营销技术与工具第15章 网络口碑营销第16章 搜索引擎营销第17章 客户界面设计第18章 联属网络营销附录

编辑推荐

《网络营销(新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材)》(作者郝瞻)基于理论性和实践性相结合的原则,一方面,注重学生掌握网络营销的基本原理、知识与方法,学生可以全面系统地掌握网络营销的理论基础;另一方面,大胆突出最新的网络营销工具与技能,尤其重视培养学生网络营销方法和技巧方面的基本能力,引导学生基于时下流行的网络营销平台与工具进行深度运用。

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>