

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787307029903

10位ISBN编号：7307029901

出版时间：2000-7

出版时间：武汉大学出版社

作者：黄敏学

页数：395

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

本书的特点有：

1、中国化。

本书作者有针对性地探讨中国企业有关案例，克服了一些当前著作照搬国外案例的通病，使读者看后可以对国内网络营销发展状况有一定认识。

2、系统性。

作者运用传统营销理论框架对网络营销进行了较全面、系统的研究，对传统市场营销理论和营销策略赋予新的内涵，并对网络营销给出了新的界定，认为它是在网络虚拟市场上，用新策略和新方式实现营销目标。

3、实用性。

网络营销是一门实践性很强的新兴学科，作者通过分析大量的成功和失败的案例，运用新营销理论加以分析。

这对理论工作者和实践工作者会有许多启迪。

4、综合性。

作者在写作中所选择的案例覆盖了我国现在开展网络营销的多个行业，囊括了国内外实际运用的网络营销策略。

因而，对各行业开展网络营销具有参考价值。

书籍目录

第一章 网络营销概述 第1节 网络营销概念 第2节 网络营销的Internet基础 第3节 网络营销与传统营销
第二章 网络营销战略分析与策略制定 第1节 网络营销战略分析 第2节 网络营销策略理论 第3节 网络营销策略的制定
第三章 网络营销系统 第1节 网络营销系统 第2节 企业网络营销站点概述 第3节 企业网络营销站点建设
第四章 网上市场调查 第1节 网上市场调查概述 第2节 网上市场直接调查 第3节 网上市场间接调查 第4节 利用Internet收集信息的方法
第五章 网上市场特征与购买行为分析
第六章 网络营销产品策略
第七章 网络营销服务
第八章 网络营销价格策略
第九章 网络营销渠道策略
第十章 网络营销促销策略
第十一章 网络广告
第十二章 网络营销实施、组织与控制
附录一 中国100家优秀网站
附录二 世界著名商务网站介绍
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>