

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787505895843

10位ISBN编号：7505895842

出版时间：2010-7

出版时间：经济科学出版社

作者：白东蕊 编

页数：266

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>

## &lt;&lt;网络营销&gt;&gt;

## 内容概要

本教材综合了目前网络营销的两种体系：一是以网络营销技术为核心，二是以网络营销的基本理论和思想为中心，所以教材既有关于网络营销技术的应用，也有关于网络营销的基本理论和思想的应用。针对高职高专的特点，本教材采用任务驱动的编写思路，以技能为主线，以具体任务为载体，使学生更容易掌握学习内容和学习方法。

每个项目开篇通过任务情景的导入，提出具体“任务”，进行任务分析，随后详细讲述完成任务的相关知识，最后进行任务实施的具体分析或操作。

每一个项目结尾都有项目实训，以案例分析为主，来阐述本章的主要知识点；习题有客观题和技能实训题，真正体现了根据岗位要求，以“就业为导向”的培养目标。

教材由十二个项目组成，主要内容包括网络营销基础、网络营销市场分析、网络营销调研与信息分析、Web 2.0与网络营销、营销导向的企业网站建设与诊断、搜索引擎营销、网络营销产品与价格策略、网络营销渠道与网络促销、网络广告、许可E-mail营销、网络营销的其他方法与应用、网络营销综合实践。

本教材可作为高职高专经管类、电子商务类学生使用的教材，也可以作为相关技术人员自学或培训教材，并可供其他专业及对电子商务感兴趣的人员参考使用。

## &lt;&lt;网络营销&gt;&gt;

## 书籍目录

项目一 网络营销基础 任务一 认识网络营销 任务二 网络营销基本职能和方法 项目实训项目二 网络营销市场分析 任务一 网络市场消费者行为研究 任务二 网络市场细分与目标市场的选择 任务三 网络营销的环境分析 项目实训项目三 网络营销调研与信息分析 任务一 网络营销调研策划 任务二 网络营销信息的收集 任务三 网络营销信息发布 项目实训项目四 Web 2.0与网络营销 任务一 RSS营销的应用 任务二 博客营销方法的应用 项目实训项目五 营销导向的企业网站建设与诊断 任务一 企业营销网站的规划与设计 任务二 企业营销网站优化分析与网站诊断 项目实训项目六 搜索引擎营销 任务一 搜索引擎营销基本原理分析 任务二 搜索引擎优化方法及应用 项目实训项目七 网络营销产品与价格策略 任务一 网络营销产品的选择 任务二 网络营销产品价格的制定 项目实训项目八 网络营销渠道与网络促销 任务一 网络营销渠道的设计与建立 任务二 网络促销方法的应用 项目实训项目九 网络广告 任务一 网络广告的主要形式 任务二 网络广告的策略与发布 任务三 网络广告效果评价 项目实训项目十 许可E-mail营销 任务一 E-mail营销的实施 任务二 E-mail营销效果的监测与评价 项目实训项目十一 网络营销的其他方法与应用 任务一 会员制营销的应用 任务二 病毒性营销的应用 项目实训项目十二 网络营销综合实践 任务一 网络营销战略计划的制订 任务二 网站推广方案制定 任务三 网络营销效果评价 项目实训

## &lt;&lt;网络营销&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：经过对网络营销的基本理论的认识，该五金产品企业意识到，如果要走出困境，必须整合网络营销，应该从以下两方面进行整合。

一、认清几个整合1.网络营销和企业整体经营目标的整合也就是网络营销和传统营销计划的整合，经过分析认为目前网络营销的目标主要有以下几个。

(1) 销售型网络营销目标。

通过网络提供有用信息——刺激消费——增加购买。

(2) 服务型网络营销目标。

顾客服务——增加与顾客的关系——留住顾客——增加销售。

例如，HP、联想等很多日常服务都是通过网络来完成。

通过网络可以为顾客提供各种在线服务和帮助信息，如常见问题解答（FAQ）、在线填写寻求帮助的表单、通过聊天实时回答顾客的咨询等。

(3) 品牌型网络营销目标。

提高品牌的知名度——取得顾客忠诚度——获得更高的利润。

(4) 提升型网络营销目标。

购买方便——折扣——直接销售——减少管理费用。

(5) 混合型网络营销目标。

想同时达到上面几种目标，既是销售型，又是品牌型，同时还属于提升型。

综合该五金产品企业的网络营销目标分析，目前主要是品牌型网络营销目标。

但是随着互联网的发展和网络营销的综合应用，该企业的目标应该是混合型的网络营销目标。

2.企业资源的内部整合网络营销工作不是独立的个人行为，是企业级的营销行为，需要公司内部各种资源的配合服务。

例如，每一个五金配件都是整体厨房中不可分割的一部分，承担着独特的功能与责任。

在选择橱柜时，除了对橱柜的整体把握外，切不可对这些细小的精灵视而不见。

因为五金配件在橱柜上所承担的责任不可忽视。

3.企业外部资源的整合网络营销不但是网上推广和网上营销的事情，还包括在外部环境发生变化时的应急处理，例如，网络危机的处理，需要企业整合外部资源制定相应的网络营销应对策略。

<<网络营销>>

编辑推荐

《网络营销》：高职高专“十二五”规划教材。

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>