

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787563530632

10位ISBN编号：7563530630

出版时间：2012-6

出版时间：宁连举 北京邮电大学出版社 (2012-06出版)

作者：宁连举 编

页数：308

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

互联网的发展为网络营销提供了巨大的平台，网络营销作为一种新型的营销方式，逐步渗透到了企业生产和人们生活的方方面面，是当今学术研究和企业实践的热点。

十多年来，网络营销发展中不断涌现出的营销理论与实践创新成果，不仅让越来越多的企业从中看到了网络营销强大的生命力，也成为进一步促进网络营销发展的直接驱动力。

在此背景下，宁连举编著的《网络营销》从理论与实践相结合的角度，对网络营销的相关理论及实践应用问题进行较为全面、系统的研究和探讨。

《网络营销》共分13章，主要阐述了互联网的发展，网络营销的产生与发展，网络消费者行为，网络市场调研，网络营销战略及规划，产品、价格、渠道和促销策略及实现方法等内容。

同时结合目前流行的互联网应用，对web1.0时代和web2.0时代的营销策略进行探讨，通过国内外成功企业的应用案例分析，寻找规律，揭示成功背后的秘诀。

《网络营销》采用案例教学方法，通过案例引出问题，启发思考，希望读者能在掌握理论和学科体系的基础上，归纳总结、举一反三，提升实际工作能力。

《网络营销》既可以作为高等学校市场营销、电子商务、信息管理等相关专业的网络营销课程的教学用书，也可以作为企业营销实践者的培训教材和营销读本。

## &lt;&lt;网络营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇基础篇 第1章互联网的发展与应用 1.1互联网技术发展历程 1.2互联网的主流应用 1.3移动互联网的核心应用 第2章网络营销的产生与发展 2.1网络营销概述 2.2网络营销的理论基础 第3章网络消费者行为 3.1网络消费者行为特征 3.2网络消费者的购买动机 3.3影响网络消费者购买的主要因素 3.4网络消费者的购买过程 第二篇理论篇 第4章网络市场调研 4.1网络市场调研概述 4.2网络市场调研的步骤与方法 4.3网络市场调研的内容 4.4网络市场调研存在的问题 第5章网络营销战略规划与实施 5.1网络营销战略分析 5.2网络营销的战略目标 5.3网络环境下市场细分 5.4网络营销目标市场的选择 5.5产品的市场定位 第6章网络营销产品策略 6.1概述 6.2网络营销的新产品策略 6.3网络营销品牌策略 第7章网络营销价格策略 7.1概述 7.2网络营销的定价策略 第8章网络营销渠道策略 8.1概述 8.2网络直接销售渠道 8.3网络间接分销 8.4网络分销渠道的建设与管理 第9章网络营销促销策略 9.1概述 9.2网络广告 9.3网络站点的推广 9.4网络公共关系 第10章从4p到4c、4r的营销组合 10.1以客户为中心的4c营销组合 10.2以关联为中心的4r营销组合 10.34p、4c、4r营销组合的比较 第三篇实践篇 第11章web1.0营销 11.1概述 11.2搜索引擎营销 11.3许可e-mail营销 11.4病毒式营销 第12章web2.0营销 12.1web2.0的概述 12.2博客营销 12.3微博营销 12.4网络社区营销 12.5即时通信营销 12.6视频营销 12.7口碑营销 第13章网络整合营销 13.1网络整合营销概述 13.2网络整合营销的发展阶段和指导原则 13.3网络整合营销的策略

## 章节摘录

版权页：插图：商业法。

商业法是调整商品交换关系法律规范的总称。

主要包括国家权力机关、行政机关颁布的有关商业活动的法律、法令、条例、决议、命令、章程等，它是国家组织、领导和管理商品工作、规范商品流通活动的重要准则。

价格法。

价格法是调整商品价格，制定、执行和管理过程中形成的社会经济关系法律规范的总称。

它是国家对商品价格的制定、调整和管理监督的法律依据。

财政法。

财政法是调整财政关系法律规范的总称。

它是经济法中的核心法律。

它对促进国民经济稳定发展具有重要作用，对企业营销活动具有很大约束力。

税法。

税法是调整税法关系法律规范的总称。

它是国家向纳税人征税和调整与纳税人关系的法律依据，是国家凭借其权利对一部分国民收入进行分配和再分配，并取得财政收入的一种重要手段。

银行法。

银行法是调整财政关系法律规范的总称。

它是处理货币流通和银行信用业务中各种经济关系的法律依据，对市场营销的资金融通具有制约作用。

审计法。

审计法是调整审计关系法律规范的总称。

它是国家管理、协调企业财务活动，严肃财经纪律的工具。

破产法。

破产法是企业破产宣告、债务清偿、债权人和债务人调解等法律规范的总称。

专利法。

专利法是规定专利享有人的权利和义务的法律规范的总称。

它是处理解决有关发明创造的权利归属和使用问题的法律依据。

经济合同法。

经济合同法是调整合同当事人各方权利与义务关系的法规。

它是处理经济合同关系的重要准则。

(2) 电子商务的有关法规 从世界发展状况来看，电子商务无论从体系上、组织上、模式上、法律上、管理上、技术上均还未臻成熟，各国也都在尝试。

组织和从事电子商务具有相当的风险，因而，建设相应的法律环境是非常急需和必要的。

《中华人民共和国合同法》已于1999年3月15日由全国人大通过，并在当年10月1日开始实施，它首次明确了电子合同的合法地位，为我国电子商务的发展奠定了法律基础，但有关电子合同的描述是粗线条的，缺乏细化和可操作性，需要进一步立法。

经过十多年的立法实践，世界各国和国际电子商务立法都有了长足的进步，一些基本原则得到了广泛应用，在一些细节处理上也已比较成熟。

起步较早的国家在完成了针对电子签章和电子交易的相关立法之后，更多的把注意力转移到一些更具体的问题上，如完善交易规则、反欺诈、打击垃圾邮件和查处网络犯罪等，并同时加大了推广国际规则的力度。

## <<网络营销>>

### 编辑推荐

《网络营销》既可以作为高等学校市场营销、电子商务、信息管理等相关专业的网络营销课程的教学用书，也可以作为企业营销实践者的培训教材和营销读本。

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>