

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787810847056

10位ISBN编号：7810847058

出版时间：2006-2

出版时间：东北财大

作者：史达

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

本书撰写的主要思路是：1.突出网络营销的“网络”特点。

2.网络营销理论以传统营销理论为基础。

3.尽管互联网是网络营销中重要的技术支撑，但互联网不能代替网络营销使用的所有技术。

4.网络营销的核心是客户关系管理。

5.移动互联是网络营销发展的新方向。

本书在撰写时注意突出了以下几大特色： 1.本书用专门的章节介绍了网络营销的技术。

2.介绍了许多实务性内容。

3.提供了大量的实践范例。

4.内容紧贴互联网和信息技术发展的实际情况，注重研究体系的创新，而不是给传统营销教材穿上网络化的新衣。

作为一本教材，主要是对基本理论、基本方法、基本问题的研究和阐述。

我们相信随着网络营销的快速发展和变化，本书的内容也需要不断的发展和更新。

此外，任何一个科研成果都是建立在前人工作的基础之上的，本书通过脚注和参考书目的方式对引用他人的文献进行了详细的说明。

<<网络营销>>

书籍目录

第1章 网络营销概述 学习目标 1.1 网络营销产生的原因 1.2 网络营销的含义及特征 1.3 互联网对企业营销链的作用 1.4 网络营销的研究框架 1.5 网络营销与传统营销方式的整合 本章小结 本章网站资源 思考题 本章参考书目第2章 网络营销中的技术 学习目标 2.1 技术手段综述 2.2 许可电子邮件营销 2.3 利用邮件列表进行营销 2.4 新闻组/BBS/聊天室/论坛 2.5 RSS技术 2.6 Push技术 2.7 博客 本章小结 本章网站资源 思考题 本章参考书目第3章 网上市场调查 学习目标 3.1 网上市场调查概述 3.2 搜索引擎 3.3 计算机检索基本方法 3.4 网上市场调查 3.5 商业网站的基本框架和规划设计 本章小结 本章网站资源 思考题 本章参考书目第4章 网络广告及效果测评 4.1 网络广告的发展简史 4.2 网络广告的计费方法 4.3 网络广告的特点 4.4 网络广告的分类 4.5 Rich Media及其在网络广告中的发展与应用 4.6 网络广告与法律关系的调整 4.7 我国网络广告发展中的问题及对策 4.8 网络广告效果测评 本章小结 本章网站资源 思考题 本章参考书目第5章 网络时代的产品与定价策略 学习目标 5.1 网络营销产品策略 5.2 网络营销定价方法 5.3 网上拍卖及定价 5.4 数字产品及其定价 本章小结 本章网站资源 思考题 本章参考书目第6章 网络时代的分销体系第7章 数据库营销与信息代理人第8章 客户关系营销第9章 移动营销附录1 直销媒介附录2 A科技公司商业计划附录3 网络营销计划的撰写步骤附录4 大连D网的运营问题主要参考文献

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>