

《网络营销》

图书基本信息

书名：《网络营销》

13位ISBN编号：9787810508964

10位ISBN编号：7810508962

出版时间：2002-6

出版社：东南大学出版社

作者：尚晓春主编

页数：254

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《网络营销》

内容概要

作者简介

尚晓春，副教授。主讲课程：商务谈判、市场营销策划、网络市场营销、周易.修养.管理。社会兼职：1992年创办并出任营销企划事务所经理，1996年创办广告公司，出任监事、经理。2001年上述校办企业改制组建南京东大电子商务系统集成有限公司和南京互联培训中心，出任经理。营销经历：中美合资“凯迪”选台器市场推广案（1993年）、中外合资“上上”超纯水营销策划及市场总监（1994年）、“双轮池”酒南京市场开拓案及市场总监（1995年）、“红豆”服饰广告与促销案（1996年）、“无限可能”——劲绿运动瓶盖矿泉水策划及市场总监（1997年）、法国“舒帮”、“净家”系列产品江苏市场分销与管理案（1997年）、策划筹建“汇源果汁”江苏分公司并任营销总监（1997-1998年）、全盘策划江苏今世缘酒业“精品高沟”营销案（1998年）、中日合资“长富食品城”1999年营销企划案、“艾兰得”VC含片市场调查（2000年）。现任青岛矿权矿产品交易所营销总监（2003年始）、南京旅游网总策划、运营总监。主编教材：市场营销策划（1999年）高等教育出版社部规划教材、市场营销策划（2000年）高等教育出版社、现代商场策划与投资分析（2001年）高等教育出版社、网络营销策划（2001年）东南大学出版社、网络营销策划（2005年）东南大学出版社。

《网络营销》

书籍目录

1 现代市场营销与网络营销 1.1 现代市场营销理论 1.1.1 市场营销的核心概念 1.1.2 市场营销观念及功能 1.2 网络营销概述 1.2.1 网络营销的概念 1.2.2 网络营销对传统营销的冲击 1.2.3 网络商品信息的分类和管理 1.2.4 从4P ' S到4C ' S 1.3 网络营销策划 1.3.1 策划与网络营销策划 1.3.2 网络营销策划的内容体系 1.3.3 网络营销策划的一透过程 思考与练习2 网络营销战略分析与策划 2.1 网络营销战略分析 2.1.1 网络营销产生的基础 2.1.2 网络营销竞争优势 2.1.3 网络营销竞争战略分析 2.1.4 网络营销战略的实施与控制 2.2 网络营销策略理论 2.2.1 网络直复营销理论 2.2.2 网络关系营销理论 2.2.3 网络软营销理论 2.3 网络营销战略策划 2.3.1 企业性质与网络营销战略 2.3.2 企业规模与网络营销策略 2.3.3 市场地位与网络营销策略 2.3.4 产品周期与网络营销战略 2.4 网络营销规划 2.4.1 网络营销规划的编制 2.4.2 风管的职能 2.4.3 网络服务商的选择 2.4.4 网络营销规划 2.5 网络营销系统策划 ... 3 网上市场调查策划4 网络营销产品策划5 网络营销服务策划6 网络营销价格策划7 网络营销渠道策划8 网络营销促销策划9 网络广告策划10 网络营销实施、组织与控制策划参考文献参考网站

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：www.tushu000.com