

《营销e术》

图书基本信息

内容概要

第一章描述了电子商务如何发展起来，如何利用传统制定计划的理念，用于制定在线交易的目标和战略，以满足顾客需要；第二章考察了理解顾客行为，对改进电子商务营销计划的重要影响作用。

第三章分析了电子商务信息流和分销渠道与线下市场有何不同，重新考察了影响在线市场系统企业业绩的变量因素；第四章全面论述了影响企业成功发展和电子商务战略实施的重要的企业内部竞争力；在第五章和第六章中，论述了企业通过综合考

《营销e术》

作者简介

伊恩·查斯顿 英国普利茅斯商学院管理专业高级讲师，新西兰UIT大学企业管理系教授。主要研究领域为小企业管理和营销。曾任芝加哥联合食品部营销经理。出版著作8本、学术论文70余篇。

书籍目录

第一章电子商务世界里的管理

1.1引言

1.2技术

1.3假黄金还是金矿?

1.4绝不仅仅是一个网站

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