

《网络营销实务》

图书基本信息

书名：《网络营销实务》

13位ISBN编号：9787303134274

10位ISBN编号：7303134271

出版时间：2011-9

出版社：北京师范大学出版社

页数：196

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

《网络营销实务》

内容概要

《网络营销实务》主要内容简介：随着互联网在我国的普及，网络营销在企业中的应用日益增加。根据中国互联网研究中心于2011年1月发布的第27次中国互联网发展状况统计报告，截至2010年12月底，我国已有27.8%的中小企业建立了独立的企业网站，显示企业对互联网的应用深度有所提升。但与此同时，数据也显示，中小企业网站的应用主要还是以互联网客服及内部管理应用为主，而在网络营销应用方面比例偏低。有鉴于此，我们编写了这本《网络营销实务》，以营销为导向的企业网站的建设、优化、推广、评价及网络运营过程中常用的网络营销方法为主线，对不同的网络营销方法及其在企业实际操作过程中的应用进行较为具体的介绍。教材主要内容包括：网络营销概述、网络市场调研、网络营销技术应用、搜索引擎营销、E-mail营销、博客与社区营销、网络广告、网站推广、网络营销效果评价与管理。

书籍目录

第1章 网络营销概述

- 1.1 网络营销的概念与特征
- 1.2 网络营销与传统营销
- 1.3 网络营销的常用工具与方法

第2章 网络市场调研

- 2.1 网络市场调研概述
- 2.2 网络直接调研法
- 2.3 网络间接调研法

第3章 网络营销技术应用

- 3.1 网络营销平台
- 3.2 网络营销导向的企业网站建设流程
- 3.3 基于网络营销的网站建设案例分析

第4章 搜索引擎营销

- 4.1 搜索引擎营销的基本原理
- 4.2 搜索引擎营销的主要模式及方法
- 4.3 搜索引擎营销的效果评估

第5章 E—mai1营销

- 5.1 E—mai1营销概述
- 5.2 E—mai1营销策略
- 5.3 E—mai1营销效果评价

第6章 博客与社区营销

- 6.1 博客营销
- 6.2 网络社区营销

第7章 网络广告

- 7.1 网络广告概述
- 7.2 网络广告策划过程
- 7.3 网络广告策划

第8章 网站推广

- 8.1 利用搜索引擎推广网站
- 8.2 病毒式营销
- 8.3 网站资源合作
- 8.4 联署计划营销
- 8.5 网站推广的其他方法

第9章 网络营销效果评价与管理

- 9.1 网络营销效果评价概述
- 9.2 网络营销效果评价指标
- 9.3 网站访问统计
- 9.4 网络营销管理

参考资料

教学支持说明

章节摘录

版权页：插图：开展网络营销需要一定的网络营销工具和方法，互联网上存在着许多可以用作网络营销用途的工具，基本的网络营销工具包括企业网站、搜索引擎、电子邮件、即时信息、电子书、博客、RSS、网络社区、社交网络、微博、维基等。了解这些基本工具及其特性，是认识网络营销的基础。网络营销方法是对网络营销工具和各种网络资源的合理应用。网络营销工具与网络营销方法是相辅相成的，只有工具而没有应用，网络营销的价值不会自动发挥出来，离开了网络营销工具，网络营销方法也将无所依托。

1.常用的网络营销工具企业网站是一个综合性网络营销工具，也是开展网络营销的基础，网站建设是网络营销策略的重要组成部分，有效地开展网络营销离不开企业网站功能的支持，网站建设的专业水平同时也直接影响着网络营销的效果。企业网站从功能上划分可以分为两种基本形式：信息发布型和在线销售型。前者是企业网站的基本形态，后者是企业网站发展到一定阶段的产物。企业根据自身的需要，建造适合网络营销需要的企业网站，能为有效地开展网络营销奠定基础。

基于万维网的搜索引擎自1993年出现之后得到了迅速发展，已经成为网络用户获取信息和企业网站推广的重要手段之一。从工作原理来分，常见的搜索引擎有两类：一类是纯技术型的全文检索搜索引擎，其原理是通过机器手（即Spider程序）到各个网站收集、存储信息，并建立索引数据库供用户查询；另一类称为分类目录，利用各网站登录信息时填写的关键词和网站描述等资料，经过人工审核编辑后，输入数据库以供查询。搜索引擎无论从技术上，还是在服务方式上都在不断发展变化，这种变化也将直接影响搜索引擎营销的基本思想和操作方法。

《网络营销实务》

编辑推荐

《网络营销实务》为全国高等职业教育电子商务专业精品系列教材之一。

精彩短评

- 1、经常买书，优惠才买
- 2、正在使用中，内容还是比较详细

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