

《网络营销》

图书基本信息

书名：《网络营销》

13位ISBN编号：9787512106697

10位ISBN编号：7512106696

出版时间：2011-9

出版社：清华大学出版社

作者：王丽丽

页数：265

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

网络营销，ISBN：9787512106697，作者：王丽丽 主编

书籍目录

- 项目1 企业开展网络营销分析
 - 任务1 利用网络为企业寻找目标客户
 - 1.1 网络市场调研分析
 - 1.1.1 网络市场调研策略
 - 1.1.2 网络市场调研的步骤
 - 1.1.3 网络市场调研的实施
 - 1.1.4 网络市场调研的技巧
 - 1.2 企业开展网络营销方式
 - 1.2.1 搜索引擎营销
 - 1.2.2 网络广告营销
 - 1.2.3 电子商务平台营销
 - 1.2.4 E-mail营销
 - 1.2.5 博客营销、MSN行销
 - 1.2.6 RSS营销
 - 1.2.7 移动平台营销
 - 1.2.8 会员制营销
 - 1.2.9 网络体验营销
 - 1.2.10 电子杂志营销
 - 任务2 企业网络营销的实施准备
 - 2.1 企业网络营销实施的内部准备
 - 2.1.1 对企业内部条件的分析
 - 2.1.2 网络营销人力资源配置
 - 2.1.3 企业资金支持
 - 2.1.4 企业开展网络营销的方式
 - 2.2 企业网络营销网站的建设与推广
 - 2.2.1 企业网站的种类与功能
 - 2.2.2 企业网站建设
 - 2.2.3 网站推广
 - 2.2.4 网站优化
 - 2.2.5 企业网站建设的策划方案
 - 2.2.6 企业网站营销效果评价
- 项目2 企业网络营销的手段与实施方法
- 项目3 网络营销客户服务
- 项目4 编写网络营销策划书
- 项目5 网络营销效果评估
- 参考文献

精彩短评

1、以网络营销任务为主线，实用性很强，可惜适合对象是高职高专。

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