

# 《网络营销》

## 图书基本信息

书名：《网络营销》

13位ISBN编号：9787300157108

10位ISBN编号：7300157106

出版时间：2012-6

出版社：中国人民大学出版社

作者：姜旭平

页数：287

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](http://www.tushu000.com)

# 《网络营销》

## 内容概要

本书系统介绍网络营销的概念、功能、应用等。具体内容安排如下：网络及电子商务技术；网络营销的概念、定义以及与传统营销的区别；网络宣传经营理念、引导消费趋势；互动营销分析；商务网站的宣传和运作；搜索引擎营销策略；信息群发（Email）营销和“病毒式”营销；网络整合营销传播等。

## 书籍目录

### 第一篇 网络营销概述

#### 第1章 网络营销的沿革与发展

##### 第1节 网络技术的形成和发展以及人们信息获取模式的改变

##### 第2节 网络经济和电子商务的发展趋势

##### 第3节 网络营销及其发展

##### 本章小结

##### 重点概念和知识点

##### 练习题

##### 章末案例

#### 第2章 网络营销的定义、功能、应用环境与技术基础

##### 第1节 网络营销的概念与发展

##### 第2节 网络营销的应用环境与技术基础

##### 第3节 网络营销运作模式及体系创新

##### 本章小结

##### 重点概念和知识点

##### 练习题

##### 章末案例

### 第二篇 e时代的营销传播

#### 第3章 网络环境下的企业营销传播模式

##### 第1节 营销的两大目标及其实现途径

##### 第2节 网络环境下的企业营销传播模式

##### 第3节 大众快速消费品的典型案例分析

##### 第4节 工业用品行业的典型案例分析

##### 本章小结

##### 重点概念和知识点

##### 练习题

##### 章末案例

#### 第4章 理念传播与消费趋势引导

##### 第1节 客户及购买模式分析

##### 第2节 理念传播对消费趋势的引导作用

##### 第3节 以营销策划传播经营理念，引导消费趋势

##### 第4节 网络营销的应用模式

##### 本章小结

##### 重点概念和知识点

##### 练习题

##### 章末案例

#### 第5章 网络营销的驱动模式

##### 第1节 关于企业营销策略定位的争论

##### 第2节 柯达公司网络营销策略分析

##### 第3节 驱动市场型的网络营销策略

##### 第4节 营销理论及关注重心的转移

##### 本章小结

##### 重点概念和知识点

##### 练习题

##### 章末案例

#### 第6章 以服务捆绑营销

##### 第1节 强生公司网络营销策略分析

第2节 以人为本、满足需要是捆绑营销的前提

第3节 强生公司网络营销模式在中国的发展

第4节 网络加速了营销策略的演化进程

第5节 以营销实践创造市场，拉动需求

本章小结

重点概念和知识点

练习题

章末案例

第7章 增值服务

第1节 增值服务的基本概念

第2节 现代信息服务模式及其在营销中的应用

第3节 类似网络增值服务方法的发展与延伸

第4节 创新思维和差异化战略

本章小结

重点概念和知识点

练习题

.....

第 篇 营销网站创建

第 篇 网络环境下的营销传播与运作方法

参考文献

## 精彩短评

- 1、这本书其它的版本我看过，很有用
- 2、-----
- 3、刚到，还没来得及看呢
- 4、有助于学习~帮助我巩固基础知识~
- 5、这本书很值，不错！！推荐
- 6、挺好的吧~！！就学校用教材
- 7、教学用的书，这是推荐单位采购的。
- 8、简单易懂，有案例
- 9、不错的书，作为教辅很合适。

## 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](http://www.tushu000.com)