

《网络营销》

图书基本信息

书名：《网络营销》

13位ISBN编号：9787040276084

10位ISBN编号：7040276089

出版时间：2009-7

出版社：高等教育出版社

页数：135

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》采用基于工作过程系统化课程开发的方法，通过对典型的工作岗位分析归纳出典型的工作任务，再通过对典型的工作任务分析归纳出相应的行动领域，将行动领域转化为学习领域中的学习情境，即四个学习情境：C2C网络营销策划、B2C网络营销策划、B2B网络营销策划、网络营销策划书的制定。

《网络营销》

书籍目录

学习情境一 C2C网络营销策划流程一：C2C市场调研流程二：C2C市场分析流程三：网络营销策略制定流程四：网上开店及管理流程五：网店推广学习情境二 B2C网络营销策划流程一：B2C网络市场调研流程二：B2C市场分析流程三：网络营销策略制定流程四：网站的策划与建设流程五：网站维护流程六：网站推广学习情境三 B2B网络营销策划流程一：B2B网络市场调研流程二：B2B市场分析流程三：网络营销策略制定流程四：B2B平台开店及管理流程五：网店推广学习情境四 网络营销策划书的制定流程一：网络营销环境分析流程二：网络消费者分析流程三：网络市场细分流程四：目标市场选择程序流程五：网络市场定位流程六：网络产品策划流程七：网络价格定位流程八：网络渠道建立流程九：网络促销策略流程十：网络营销战略制定流程十一：网络顾客服务策略附录任务单资讯单计划单实施单作业单学生自查单教师检查单评价单教学反思单分组单参考文献

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