

《网络营销应用与策划》

图书基本信息

书名：《网络营销应用与策划》

13位ISBN编号：9787302104148

10位ISBN编号：730210414X

出版时间：2005-3-1

出版社：清华大学出版社

作者：沈美莉,陈孟建,沈美莉,陈孟建

页数：391

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

《网络营销应用与策划》

内容概要

本书是高职高专院校电子商务专业的一门专业实训必修课程。每章内容由理论知识、课后练习、案例分析三部分组成。在编写方式上采取循序渐进的形式，通俗易懂的讲述方法。书中采用的案例大多是当前在网络营销上使用较为广泛且读者比较喜欢的，具有通俗性、新颖性和实用性的特点。本书包括：市场营销与网络营销、网络营销战略分析与策划、网络市场调研策划、网络营销的商务模式、网络广告策划、网络公共关系与客户关系策略、网络营销渠道策略、网络营销的相关技术、网络营销与策划实训等内容。每章均有一二个案例分析。本书可作为高职高专院校电子商务专业、网络营销专业的教材或参考用书，也适合具有中等以上文化程度的读者自学之用。

《网络营销应用与策划》

书籍目录

第1章 市场营销与网络营销1.1 现代市场营销概述1.1.1 市场1.1.2 市场营销1.1.3 传统市场营销观念1.1.4 现代市场营销观念1.1.5 市场营销的功能和作用1.1.6 市场营销发展趋势1.2 网络营销基本概念1.2.1 网络营销产生原因1.2.2 网络营销的核心思想与定义1.2.3 网络营销的特点1.2.4 网络营销的职能1.2.5 网络营销客户群体细分1.2.6 网络营销市场1.3 网络营销与传统营销1.3.1 传统营销与网络营销1.3.2 传统营销的理论框架1.3.3 网络营销的理论框架1.3.4 市场营销管理的内容1.3.5 网络营销的主要内容1.3.6 市场营销管理的内容1.4 娃哈哈集团的营销策略案例1.4.1 产品开发的求新策略1.4.2 广告促销的尚奇法则1.4.3 销售组织的主变战术1.4.4 冲货与况争习题1第2章 网络营销战略分析与策划2.1 现代市场营销概述2.1.1 从4P到4C的营销战略分析2.1.2 网络营销战略思维的创新2.1.3 产业网络营销战略分析2.1.4 网络营销的心理优势2.2 网络营销战略策划2.2.1 网络营销的关系策略2.2.2 网络营销的价格竞争策略2.2.3 网络营销的非价格竞争策略2.2.4 网络营销的整合策略2.2.5 网络营销的知识营销策略2.3 网络营销战略规划2.3.1 网络战略营销过程2.3.2 战略规则2.3.3 战略竞争2.3.4 营销计划2.3.5 营销计划的目标管理2.3.6 营销计划的过程管理2.4 网络营销的发展2.4.1 网络营销对传统营销的冲击2.4.2 网络营销对企业经营的影响2.4.3 网络营销的发展障碍2.4.4 网络营销的发展状况2.4.5 网络营销发展趋势2.5 麦德龙的营销策略案例2.5.1 麦德龙的基本策略2.5.2 麦德龙超市的基本特点2.5.3 麦德龙仓储式超市的销售管理习题2第3章 网络市场调研策划第4章 网络营销的商务模式第5章 网络广告策划第6章 网络公共关系与客户关系策略第7章 网络营销渠道策略第8章 网络营销的相关技术第9章 网络营销与策划实训附录 实训报告格式参考文献

《网络营销应用与策划》

编辑推荐

本书是高职高专院校电子商务专业的一门专业实训必修课程。每章内容由理论知识、课后练习、案例分析三部分组成。在编写方式上采取循序渐进的形式，通俗易懂的讲述方法。书中采用的案例大多是当前在网络营销上使用较为广泛且读者比较喜欢的，具有通俗性、新颖性和实用性的特点。本书包括：市场营销与网络营销、网络营销战略分析与策划、网络市场调研策划、网络营销的商务模式、网络广告策划、网络公共关系与客户关系策略、网络营销渠道策略、网络营销的相关技术、网络营销与策划实训等内容。每章均有一二个案例分析。本书可作为高职高专院校电子商务专业、网络营销专业的教材或参考用书，也适合具有中等以上文化程度的读者自学之用。

《网络营销应用与策划》

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