

<<网络营销操作实务>>

图书基本信息

书名：<<网络营销操作实务>>

13位ISBN编号：9787121026850

10位ISBN编号：7121026856

出版时间：2006-9

出版时间：电子工业出版社

作者：张劲珊邓文安

页数：262

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：<http://www.tushu007.com>

<<网络营销操作实务>>

内容概要

《中等职业学校教学用书（现代市场营销专业）：网络营销操作实务》根据现代市场营销职业岗位的技能要求，通过大量的实例、课堂练习和课外实训，以就业为导向，以职业技能为本位，从内容上把目前网络营销领域的几大热点技术（商业营销网站与网页、E-mail营销、搜索引擎营销、网络广告营销、网络营销中的物流配送与管理、网络公共关系策略、网上商务站点的推广等），融入到市场营销专业的教学和实践。

通过学习，学生能较快地掌握相应的专业技能，全面提高在市场营销工作中的成功率与工作效率。

《中等职业学校教学用书（现代市场营销专业）：网络营销操作实务》汇集了市场营销与电子商务等领域近年来的教学与科研成果，紧扣营销实践中的多方面需求。

其主要特点是：选材广泛，实训性强，突出能力的培养。

《中等职业学校教学用书（现代市场营销专业）：网络营销操作实务》结构合理，实例丰富，每个案例和实战训练都以营销所必需的技能为核心来组织和安排，可作为职业院校市场营销专业、电子商务专业、物流管理及商品配送专业、国际商务专业、电子信息类专业、信息管理专业、工商管理专业的教材，也可供公务员、企业经理、营销管理人员培训学习使用。

《中等职业学校教学用书（现代市场营销专业）：网络营销操作实务》还配有电子教学参考资料包（包括教学指南、电子教案及习题答案），详见前言。

<<网络营销操作实务>>

书籍目录

第1章 网络营销基础概述	引例1——小企业的网络营销	1.1 营销的诞生	1.1.1 Internet的发展促成
网络营销的诞生	1.1.2 消费者价值观的变革是网络营销诞生的观念基础	1.1.3 激烈的竞争是网络营销	营销诞生的现实基础
1.2 网络营销的含义和特征	1.2.1 网络营销的含义	1.2.2 网络营销的特征	1.2.3 网络营销的功能
1.3 网络营销对传统营销的冲击	1.3.1 网络营销对传统营销策略的冲击	1.3.2 网络营销对传统营销方式的冲击	1.3.3 网络营销对营销战略的冲击
1.3.4 网络营销对营	销组织的冲击	1.3.5 网络营销与传统营销的整合	1.4 网络营销与电子商务的关系
1.4.1 网络营	销和电子商务概念的对比	1.4.2 网络营销与电子商务的联系	1.5 网络营销的发展与未来
1.5.1	网络营销发展前瞻	1.5.2 迎接网络营销的挑战	1.6 案例示范
1.6.1 海尔的网络营销整合	1.6.2	Cisco (思科) 是网络营销时代创新商业模式的成功典范	1.7 技能训练
1.7.1 训练1——中国商品交	易中心的网络营销运作分析与应用	1.7.2 训练2——如何帮助企业网络营销网站撰写网站规划书	本章小结
测一测第2章 网络营销的技术基础	引例2——某计算机公司的网络营销	2.1 网络营销平	台
2.1.1 计算机网络基础	2.1.2 网络营销平台的组成	2.2 与因特网连接	2.2.1 常用的连接方
法及其使用	2.2.2 因特网连接前的准备	2.2.3 上网申请	2.2.4 安装调制解调器
2.2.5 安装网	络协议	2.2.6 建立用户的新连接	2.3 因特网技术应用
2.3.1 Web网络	2.3.2 万维网的特性与	价值	2.3.3 因特网提供的服务
2.3.4 万维网语言: HTML语言	2.3.5 FrontPage的使用	2.4 数据	库营销简介
2.4.1 数据库营销的理念	2.4.2 数据库营销的前景	2.4.3 数据库营销的技巧	2.4.4 数据库营销遇到的问题
2.5 商务网站的建设与维护	2.5.1 商务网站建设的基本要素	2.5.2	商务网站建设对网络营销的影响
2.5.3 商务网站的维护方法	2.6 案例示范	2.6.1 信天游旅游电	子商务网站应用案例
2.6.2 通用电气(中国)网站维护	2.7 技能训练	2.7.1 训练1——建立简单	的商务网站
2.7.2 训练2——网站商务信息发布管理	2.7.3 训练3——商务网站日常维护	本章小	结
测一测第3章 网络营销调研	引例3——某公司扭亏为盈的做法	3.1 网络营销调研概述	3.1.1
网络营销调研与传统营销调研的异同	3.1.2 网络营销调研的特点	3.1.3 网络营销调研的作用	3.2
网络营销调研的方法和策略	3.2.1 识别访问者并激励其访问商务网站	3.2.2 商务网站上的营销调	研
3.3 网络营销调研的步骤	3.3.1 选取适合的搜索引擎	3.3.2 确定合适的调研对象	3.3.3 调
查调研对象	3.3.4 选取有用的信息	3.3.5 撰写网络调研报告	3.4 案例示范
3.4.1 未来个人移	动通信的标准——GSM	3.4.2 进海手机网络营销调研	3.5 技能训练
3.5.1 训练1——调研问卷的	撰写	3.5.2 训练2——BBS和搜索引擎的基本使用	本章小结
测一测第4章 搜索引擎营销	引例4——某家教公司招徕客户的做法	4.1 搜索引擎的发展历史和基本原理	4.2 搜索引擎的分类
4.2.1 纯	技术型的全文检索搜索引擎(Full Text Search Engine)	4.2.2 分类目录(Directory)	4.3 搜索引擎的
登录	4.3.1 Google搜索引擎的登录	4.3.2 Yahoo搜索引擎的登录	4.3.3 Baidu搜索引擎的登录
4.4 搜索引擎的技巧	4.4.1 选择合适的搜索工具	4.4.2 搜索以关键词为核心	4.4.3 正确使用
布尔检索	4.4.4 使用多个搜索条件	4.4.5 不要使用错误的搜索条件	4.4.6 养成良好有效的搜索
习惯	4.5 搜索引擎营销应用	4.5.1 搜索引擎营销方式	4.5.2 影响搜索引擎营销效果的因素
4.5.3 搜索引擎营销对网络营销的影响	4.6 案例示范	4.6.1 外贸企业的网站推广过程	4.6.2
Google搜索引擎排名实战	4.7 技能训练	4.7.1 训练1——搜索引擎登录	4.7.2 训练2——查看指定
网站在搜索引擎中的位置	本章小结	测一测第5章 E-mail营销	第6章 网络广告营销
第7章 网络营销中	的物流配送与管理	第8章 网络公共关系策略	第9章 网上商务站点的推广
附录A 中国因特网网络信息中心	域名注册申请表参考文献		

<<网络营销操作实务>>

编辑推荐

本书根据现代市场营销职业岗位的技能要求，通过大量的实例、课堂练习和课外实训，以就业为导向，以职业技能为本位，从内容上把目前网络营销领域的几大热点技术（商业营销网站与网页、E-mail营销、搜索引擎营销、网络广告营销、网络营销中的物流配送与管理、网络公共关系策略、网上商务站点的推广等），融入到市场营销专业的教学和实践中的。

通过学习，学生能较快地掌握相应的专业技能，全面提高在市场营销工作中的成功率与工作效率。

本书汇集了市场营销与电子商务等领域近年来的教学与科研成果，紧扣营销实践中的多方面需求。

其主要特点是：选材广泛，实训性强，突出能力的培养。

本书结构合理，实例丰富，每个案例和实战训练都以营销所必需的技能为核心来组织和安排，可作为职业院校市场营销专业、电子商务专业、物流管理及商品配送专业、国际商务专业、电子信息类专业、信息管理专业、工商管理专业的教材，也可供公务员、企业经理、营销管理人员培训学习使用。

本书还配有电子教学参考资料包（包括教学指南、电子教案及习题答案），详见前言。

<<网络营销操作实务>>

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:<http://www.tushu007.com>