

<<网络营销>>

图书基本信息

书名：<<网络营销>>

13位ISBN编号：9787307058019

10位ISBN编号：7307058014

出版时间：2007-9

出版时间：湖北武汉大学

作者：黄敏学

页数：374

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>>

内容概要

《网络营销》(第2版)以美国营销学会2004年对营销的新定义为基础,强调网络营销应注重骨骼价值;强调本土化的营销实践,以中国企业和跨国公司在中国的网络营销为主要引用和研究对象,有助于读者贴近实际地领会网络营销的本质和运作技巧;《网络营销》(第2版)尤其强调传统企业的网络营销实践。

<<网络营销>>

作者简介

黄敏学 黄敏学，管理学博士、计算机硕士，现为武汉大学经济与管理学院教授，市场营销与旅游管理系副主任，信息经济学会电子商务专委会的常务理事、劳动部电子商务师专家委员会的主任专家、湖北省电子商务学会副秘书长、中国高校市场学会理事、湖北省市场营销学会理事。主要从事营销管理与电子商务方面的教学与研究工作。

曾在美国前十名的公立大学佐治亚理工学院作为访问学者进行合作研究一年，并到香港中文大学、香港城市大学和香港浸会大学进行短期交流访问，参加了包括欧洲举办的多次国际会议。

近年来，出版多本著作如：《电子商务》、《企业电子商务》、《电子虚拟市场演进与交易研究》、《网络营销基础》、《网络经济与网络营销》与《网络营销》等；在国内知名经济管理学术期刊和国际会议上发表论文三十多篇，其中六篇被ISTP检索；主持国家的自然科学基金面上项目一项，教育部的跨世纪网络课程建设项目一项，以及科技部的“基于Internet的科技信息快速反应信息系统”一项；个人获得了教育部的全国高校优秀教材二等奖一次以及中国高校市场学会优秀论文一等奖一次，集体获得湖北省优秀教育成果二等奖一次。

曾为深圳万科、武钢集团、百威啤酒、中百集团、武商集团、格力集团、平安保险、长江航运集团、湖北建设银行以及劲牌有限公司等几十家不同行业的企业提供营销管理和电子商务方面的培训与咨询服务。

<<网络营销>>

书籍目录

第一章 网络营销概述第一节 网络营销的发展第二节 网络营销的概念第三节 网络营销的Internet基础第四节 网络营销与传统营销第二章 网络营销的战略分析与策略制定第一节 网络营销战略分析第二节 网络营销策略分析第三节 网络营销策略的制定第三章 网络营销信息系统第一节 网络营销信息系统概述第二节 企业网络营销站点概述第三节 企业网络营销站点建设第四节 网上市场调查第四章 网上消费行为第一节 中国网上市场发展与购买行为第二节 网络顾客的访问行为第三节 网络消费者的购买动机第四节 影响网络消费者购买的主要因素第五节 网络消费者的购买过程第五章 网络顾客忠诚管理第一节 网络顾客忠诚管理概述第二节 网络顾客忠诚的建立第三节 网络顾客忠诚的持续第六章 网络营销产品策略第一节 网络营销产品策略第二节 网络营销产品管理第三节 网络营销新产品开发第四节 网络营销品牌策略第七章 网络营销服务第一节 网络营销服务概述第二节 网络营销服务管理第三节 网上产品服务第四节 网上个性化服务策略第八章 网络营销价格策略第一节 网络营销定价概述第二节 网络营销定价策略第三节 免费价格策略第九章 网络营销渠道策略第一节 网络营销渠道概述第二节 网上直销第三节 网络时代的新型中间商第四节 网络营销渠道与传统分销渠道第十章 网络营销促销策略第一节 网络营销促销概述第二节 网络营销站点的推广第三节 网上销售促进与公共关系第四节 网络口碑营销与病毒营销第十一章 网络广告第一节 网络广告概述第二节 网络广告的互动性第三节 旗帜广告第四节 其他类型网络广告第十二章 网络营销的管理与应用第一节 网络营销实施管理第二节 网络营销的组织管理第三节 制造企业的网络营销应用第四节 商贸企业的网络营销应用第十三章 中国企业网络营销应用案例第一节 传统企业的网上发展：招商银行与工商银行第二节 传统业务的网上新发展：前程无忧与携程第三节 网上新发展的游戏产业：盛大与网易参考文献参考网站

<<网络营销>>

编辑推荐

《网络营销》(第2版)以当今经典的营销理论为架构, 结合中国互联网的特点, 在融合吸收市场营销和网络营销最新研究成果的基础上, 阐述网络营销的理论与实践。

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>