

网络营销



[网络营销_下载链接1](#)

著者:16开

出版者:商品流通与市场

出版时间:2007-7

装帧:

isbn:9787300081434

本书系统介绍了互联网及其他信息技术背景下的营销，详细阐述了这些信息技术对传统营销学所产生的影响，并深入分析了这些影响所带来的市场机会和新的商业模式。

本书具有如下特色：

从战略的眼光看问题——在介绍网络营销的时候，作者不是简单地罗列一个个观点和技术，而是在营销领域的大环境中，讨论各种理论和观点。每一章中都编辑了关系图，说明这一章的内容与其他各章之间的关系。为帮助读者学习，每一章中都叙述了相关的营销原理。

捕捉网络营销新话题——介绍了绩效考核指标和竞争性经营战略，因为它们既能够帮助企业创造收入，又能够提高客户价值。

放眼全球——作者研究了美国和其他许多国家企业开展网络营销的实际状况和市场发展，既有发达国家的情况，也有新兴经济体网络经营的发展情况。

认识技术——作者坚信，企业应该学习一些互联网技术，因为这是绝大多数经营者的薄弱环节。虽然没有必要要求所有的厂商都为网络营销为自己建设一台服务器，但是了解一些原理及其发挥的作用，有助于精明的厂商在市场竞争中胜出。

作者介绍:

目录:

[网络营销_下载链接1](#)

标签

网络营销

营销

管理

创业

互联网

营销学

市场营销

评论

参考一下，论文资料书。

工商管理专业的书籍，难以认同

如今看来许多内容都已经很滞后了 内容构造上不适合国内学生习惯了的学习方式

必修

[网络营销_下载链接1](#)

书评

这本书在美国的发行时间貌似已经相当遥远了2k年左右的样子，想不到，当年美国人对电子商务的理解和研究都如此深刻，关于如何企划一个网站，如何做电子商务，整体的思维方法包括逻辑流程都有总结。
如果你做过电子商务回头看看这本书对人是相当有启发的，可以把操作实践中的零...

书是2004年的，就互联网的发展速度来说的确有些过时了，也许是职业的原因吧，越看越觉得这本书不太适合互联网的从业人员阅读。刚刚读到第六章，已经有些不耐烦了。
不过从整体上说，这本书很全面，适合管理人员或者MBA阅读。全书是站在传统行业的立场来看待网络营销的。 ...
