

网络营销



[网络营销_下载链接1](#)

著者:朱迪·斯特劳斯(Judy Strauss)

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2010-9-1

装帧:平装

isbn:9787300124254

本书延续了1996年初版以来一直坚持的全球视角和法律视角，并用很大的篇幅论述竞争性经营战略。这在同类教科书中是处于领先地位的。本书以战略的眼光更加深入地讨论了网络营销规划和营销组合：

营销框架：在介绍网络营销的时候，不是简单地罗列一个个观点和技术，而是将其置于营销领域的大环境之中，讨论各种理论和观点。多数的新术语都用传统的概念进行了深入的诠释。

战略导向：格外关注对竞争性经营战略的讨论，因为这既能够帮助企业创造收入，又能够提高客户价值。还用了大量篇幅来讨论绩效考核指标。

认识技术：用非专业人士能够接受的方式，介绍一些重要的技术问题。法律视角：由一位专职律师撰写了“道德与法律问题”一章。

本书配套英文版同步推出，供读者参照阅读。

作者介绍:

朱迪·斯特劳斯(Judy

Strauss)美国内华达大学管理科学系主任，营销学副教授。发表多篇关于网络营销、广告和营销教育的学术论文。有多年的营销从业经验，是两家公司的业主和营销总监。目前，讲授营销沟通、网络营销、营销管理等课程。拥有南伊利诺伊大学营销学博士学位、北得克萨斯大学金融MBA学位和营销学学士学位。

雷蒙德·弗罗斯特(Raymond Frost)

美国俄亥俄大学管理信息系统教授。发表多篇信息系统和营销学领域的学术论文。担任Journal of Database

Management杂志副主编。主讲数据库、电子商务、信息设计等课程。

目录: 第I篇 网络营销面面观第1章 网络营销的过去、现在和未来 案例 戴尔学会倾听
网络营销环境 网络营销的过去: Web 1.0时代 网络营销的现在: Web 2.0时代
网络营销的未来: Web 3.0时代 相关技术 数字视频录像机与网络电视 本书的结构第2章
网络营销战略和绩效考核指标 案例 亚马逊公司的成功之道 战略规划
传统营销战略和网络营销战略 从传统商务模式到电子商务模式 电子商务模式 相关技术
流媒体音乐 绩效考核指标 平衡计分卡第3章 网络营销计划 案例
网络营销计划 “第二人生”的故事 网络营销计划的步骤 制定网络营销计划
网络营销计划的七个步骤 第一步 形势分析 第二步 网络营销战略规划 第三步 经营目标
第四步 网络营销战略 第五步 实施计划 第六步 预算 相关技术 建立一个网站 第七步
计划评估方案第II篇 网络营销环境第4章 网络营销的机遇无处不在 案例
美国偶像走向全球 全球网络营销综述 国家与市场机遇分析 相关技术 交易安全
技术水平 与营销活动 无线互联网接入 数字鸿沟 中国: 展望未来第5章 道德与法律问题
案例 软件盗版行为 道德和法律问题概述 隐私权保护 数字财产 相关技术 许可技术
在线言论 出现的新问题第III篇 网络营销战略第6章 网络营销调研 案例
普瑞纳公司的故事 数据驱动战略 营销知识管理 关注社交媒体 相关技术搜索引擎
其他由信息技术支撑的调研方法 实地调研法 营销数据库和数据仓库 数据分析和提交
相关技术数据挖掘 知识管理考核指标第7章 网络消费者行为 案例 一位客户的故事
21世纪的消费者 互联网的交换进程 相关技术 带宽和市场商机 相关技术 宽带选择第8章
市场细分和目标市场战略 案例 1—800—鲜花公司的故事 市场细分和目标市场 三种市场
市场细分要素和变量 相关技术 内容审查程序 选择在线客户目标市场第9章
差异化战略和市场定位战略 案例 J. 彼得曼公司的故事 差异化战略 相关技术
苹果公司的iTunes+iPod模式 市场定位的基础与战略第IV篇 网络营销管理第10章
网络产品与服务 案例 谷歌公司的故事 许多产品都能帮助厂商在网络市场中获利
创造在线客户价值 产品收益 相关技术 计算机病毒与防范 网络营销促进产品开发第11章
网络产品的价格 案例 VideoEgg视频分享网站 互联网改变了企业的定价策略
买方和卖方的定价观点 相关技术 揭开网上购物的神秘面纱 支付方式 定价策略第12章
互联网与分销渠道 案例 戴尔公司的直销模式 分销渠道概述 在线渠道成员的分类

分销渠道的长度和功能 相关技术 无线射频识别技术(RFID) 分销渠道的管理与权力
分销渠道效率的考核指标第13章 网络营销沟通 案例 粉碎机促销 网络营销沟通问题概述
互联网广告 公共关系营销 促销活动 直复营销 相关技术 即时通信 相关技术 间谍软件
人员推销 IMC考核指标第14章 新型数字媒体 案例 《光环3》的营销推广 营销沟通媒体
数字媒体 相关技术 Ceiva电子相册接收器 数字媒体和传统媒体的品牌目标
购买哪种媒体第15章 客户关系管理 案例 美国思科公司的故事 建立一对一的客户关系
定义关系营销 利益相关者 客户关系管理 客户关系管理的构成 相关技术
移动互联网发展趋势 成功开展客户关系管理的原则附录A
全球互联网普及程度统计(2010年2月)附录B 术语表附录C 参考文献
· · · · · (收起)

[网络营销_下载链接1](#)

标签

网络营销

营销

互联网

商业

理论

经营管理

市场营销

管理

评论

由于是导师亲自翻译的，所以里面案例再好用也不能抄到论文里。看得很心痒。

说的太泛了！

除了基础知识 其他都有些老旧了

理论性比较强，框架比较旧，不过作为入门教材还可以

就扫盲书而言，很好！

烂书一本，全是废话

不错的书。

在读第二遍，很不错，全面系统

基本知识，对于现实操作没什么用，总体过时了...

[网络营销_下载链接1](#)

书评
