

走向职业化高职高专“十一五”规划教材

【电子商务系列】



网络营销实务

高凤荣 主编

邵安兆 主审

免费
赠送
授课用电子课件



机械工业出版社
China Machine Press

走向职业化高职高专“十一五”规划教材

434

【电子商务系列】

网络营销实务

高凤荣 主编

李先 肖红 副主编

陈俊宁 安玉荣 杨韵 参编

王璐 孙仁祥 赖红清

邵安兆 主审



机械工业出版社
China Machine Press

本书是高职高专电子商务专业主要课程教材，是走向职业化高职高专“十一五”规划系列教材之一。

全书共分14章。主要内容包括：网络营销的理论基础、网络营销的常用工具和方法、网上市场调研、企业网站建设、企业网站的推广、网络广告、搜索引擎营销、许可E-mail营销、网络会员制营销、博客营销、网上商店、网络营销策略与管理、网络营销实施的效果评价和网络营销综合案例分析。

全书在格式设计上力求新颖，强调理论与实训的结合。每章有学习目标、案例导入、小案例、小思考、小知识、训练和练习等版块，章后设有学习指导、课后思考与练习、案例分析、实训应用、网络营销链接、习题参考答案，内容丰富，便于学生学习。

本书为高职高专电子商务专业、管理类、经济类相关专业专门教材，也可作为成人高校教学用书，企业培训电子商务专业人员、管理人员的培训教材和参考教材。

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

网络营销实务/高凤荣主编. —北京:机械工业出版社, 2009.6
(走向职业化高职高专“十一五”规划教材·电子商务系列)

ISBN 978-7-111-27337-0

I. 网… II. 高… III. 电子商务—市场营销学—高等学校:技术学校—教材
IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第084498号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:顾煦 版式设计:刘永青

北京瑞德印刷有限公司印刷

2009年6月第1版第1次印刷

170mm×242mm·19.75印张

标准书号:ISBN 978-7-111-27337-0

定价:32.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010)68326294

投稿热线:(010)88379007

高职高专经管类、旅游类规划教材 总编委会名单

顾 问 吴念香 卢 一 陈 智 康乃真
叶小明 唐子峰 杨群祥 查振祥

主任委员 陈粟宋

副主任委员 陈云川 林惠华 刘跃南 廖俊杰 张渝涓

委 员 (排名不分先后)

唐 宇	黄文刚	汪 治	石 强	谢金生
陈 健	刘志娟	刘佩华	赵 红	于雁翎
熊 焰	朱 权	曾艳英	肖 平	罗千人
陈碧凤	谢小梅	高 伟		

秘 书 长 欧阳丽
秘 书 高 伟

高职高专经管类、旅游类规划教材 电子商务分编委会名单

主任委员 汪 治

副主任委员 谢金生 李 先 邹德军 丑幸荣

委 员 (排名不分先后)

谢金生 李 先 邹德军 丑幸荣

余棉水 高凤荣 王宇川 汪 治

刘佩华

走向职业化高职高专经管类、 旅游类规划教材联编院校名单

(排名不分先后)

1. 深圳职业技术学院
2. 顺德职业技术学院
3. 广东轻工职业技术学院
4. 广东工贸职业技术学院
5. 四川烹饪高等专科学校 [四川旅游学院 (筹)]
6. 番禺职业技术学院
7. 广东交通职业技术学院
8. 广东白云学院管理系
9. 暨南大学管理学院
10. 中山职业技术学院
11. 广东农工商职业技术学院
12. 广东邮电职业技术学院
13. 中山火炬职业技术学院
14. 广州铁路职业技术学院
15. 广州航海高等专科学校
16. 佛山职业技术学院
17. 珠海城市职业技术学院
18. 广东培正学院
19. 广东教育学院
20. 广东女子职业技术学院
21. 内蒙古财经学院职业学院
22. 山西金融职业学院
23. 黄河水利职业技术学院



出版说明

高等职业教育是我国高等教育的重要组成部分，它以培养生产、建设、管理、服务第一线的高等技术应用性专门人才为根本目标。随着我国经济的迅速发展，高等职业教育正得到空前的发展。目前高等职业教育规模已占全国高等教育的半壁江山。“十一五”期间，全国将向社会输送1 100万高职毕业生。然而，高等职业教育在全国的发展水平仍不均衡，各高职高专院校的教学质量也参差不齐。这种情况大大制约了高职教育的发展。因此，推动教学改革、提高教学质量已成为高职教育的当务之急。为此教育部先后下发文件，要求全国高职院校“加快高职教育改革与发展，提高高职教育教学质量”。

广东省是中国改革开放的前沿，也是我国高等职业教育蓬勃发展的代表之一。在广东省汇集了一大批优秀的高职院校和优秀教师。在教育部有关领导的指导及广东省教育厅高教处的大力协助下，我们以广东省为中心，联合全国一批致力于高职教育改革且已具成效的院校，共同成立了“高职高专经管类、旅游类教学改革规划教材编审委员会”。编委会以研讨高职高专教育教学改革方向、交流教学改革成果及经验为宗旨，并借助教材这一形式将成果和经验进行分享与传播，从而进一步向全国推广，为我国的高职教育发展尽一份力量。

教材是体现教学内容和教学要求的知识载体，是教师进行教学活动的基本工具，是提高教学质量的重要保证。发展高等职业教育，提高教学质量，必须重视教材的建设。目前，编委会以机械工业出版社为平台，计划用2~3年的时间出版经济管理类和旅游类高职高专系列教材100余种，范围覆盖经济管理类专业基础课、电子商务、物流管理、会计电算化、旅游管理、酒店管理等专业的主要课程。此次规划教材按照教育部“提高教学质量、推行工学结合、以就业为导向”等要求，根据高职高专教育的实际情况，邀请具有丰富高职教学经验的一线授课教师、具有相关行业工作背景的双师型教师以及企业一线工作者联合编写，旨在真正做到“产学结合”、“工学结合”。

此次系列教材的编写指导思想体现了编委会研究制定的方针：教材编写要结合教学方法的改革与实践；要与相关的职业资格认证相结合；在写作方法上要打破传

统的以学科体系设置课程体系、以知识点为核心的框架，更多地考虑学生所学知识与行业需求及相关岗位、岗位群的需求相一致，使教材内容“项目化”、“工作流程化”；突出“走向职业化”的特点，努力培养学生的职业素质、职业能力和专业技术。此外在高职教育的理论“必需、够用”方面也进行了有益的探索与尝试。在系列教材的开发过程中，众多资深的一线授课老师、双师型老师、企业工作者们，在教学、专业知识与企业实际工作的有效结合方面进行了探索。此批教材以“立足广东，面向全国”为目标，在突出广东特色的同时更兼顾到与全国通用性的结合。

系列教材尝试打破常规的学科体系教学模式，探索一种更符合高职教育实际情况的模式。在通过案例教学、项目式教学、互动式教学强化实践性、应用性和针对性的同时，贯彻以学生为本的思想以增强学生学习的趣味性和主动性。系列教材以建设成为立体化教材为最终目标，将会在实践中逐步完善整个教材体系。

此批教材为编委会组织编写的高职高专教育教学改革规划教材，被机械工业出版社列为“十一五”期间重点发展的规划教材，同时已参评广东省“十一五”省级规划教材。

在编委会运作及系列教材出版期间，得到了广东省教育厅高教处吴念香副处长以及顺德职业技术学院、深圳职业技术学院、四川烹饪高等专科学校、广东轻工职业技术学院和广东工贸职业技术学院等一大批优秀院校的鼎力支持，在此特别致以衷心的感谢！

高职高专经管类、旅游类教学改革规划教材编委会
机械工业出版社华章分社



前 言

网络营销是电子商务专业的核心课程，也是电子商务的重要环节之一。随着互联网的发展，人们的生活、消费习惯不断发生着新的变化，市场营销也从现实市场开始向网络空间发展，市场营销的应用得到了极大的挑战。为了使市场营销的理论和实践适应于不断变化的网络空间，需要我们从理论和实践上进行研究和探讨，以适应市场营销理论在新的虚拟市场空间的发展。网络营销重在营销，网络是工具，营销才是目的，而网络营销的实质在于利用互联网这一工具营造网上经营环境，促进企业经营目标的实现。

在教材的编写上，我们力图以提高学生网络营销实战能力为主线，将全书分为四篇：网络营销的理论基础、网络营销的工具与方法、网络营销的策略与管理、网络营销实战。本教材从问题——理论——实训的教学体系出发，让学生从一开始就切入网络营销的一些问题，然后通过必要的理论讲解，最后通过习题、大型的综合实训来培养和锻炼学生的实战能力。现对本教材的特点作如下说明：

1. 突出“网络”特色，注重技术手段。网络营销能作为一个专门的研究领域，其原因在于网络营销是基于网络市场空间的，它采用了许多传统营销方式中所没有的网络技术手段，如许可 E-mail 营销、网上市场调研、网络广告、RSS 技术等。所以，本书始终围绕着互联网的存在，使得网络营销具有个性化、交互性、低成本等特点。

2. 注重理论的应用性，强调实践的操作性。本教材针对的是高等职业技术学院的学生，对网络营销理论主要梳理基本概念和基本原理，使理论部分尽量简单扼要、通俗易懂。根据高职院校学生的特点，在导入正式内容之前，给出一个典型的“案例导入”和相应的“问题引入”来吸引学生对本章内容的关注，引发学生思维，让其对相关理论有一个具体、形象的了解。教材每一章设计了“案例分析”和“实训应用”等模块，并在每一节内容后面有“训练和练习”，每章后面有“课后思考与练习”。通过这些内容的学习和训练，使理论与实践紧密结合，来真正体现以学生为中心的思想，使学生在“参与中学习，学习中参与”，“学中练，练中学”，以激发学生的学习兴趣以及自主学习的积极性，加强对学生学习能力增长、创新能力的培养；

体现知识传授、能力培养、素质教育的融合。有些实训项目还可以深入到企业，体现了工学结合的人才培养模式，从而体现问题——理论——实训的教学体系。

3. 体现知识的新颖性，突出案例的生动性。在章节的中间，合理地穿插了小案例、小知识和小思考，增加内容的可读性和学生的学习兴趣，还增加了一个独特的内容扩展点“网络营销链接”，内容涉及近年来网络营销理论的最新发展、企业独创性的网络营销案例和相关学科内容，丰富学生对新事物的吸收和认识，以加深学生对理论知识的理解，开拓思维。

本书由广东顺德职业技术学院、广东轻工职业技术学院、广东中山职业技术学院、广东白云学院、广东佛山职业技术学院合作编写。高凤荣任主编，李先、肖红任副主编。参编人员具体编写章节是，高凤荣（第14章）；李先（第4章）；肖红（第13章）；杨韵（第1、9、10章）；安玉荣（第7章）；陈俊宁（第11、12章）；孙仁祥（第5、6章）；赖红清（第3、8章）；王璐（第2章）。由高凤荣主编负责本教材的框架构建、统稿和定稿，并承担了内容介绍、前言附录的撰写等。由国家精品课程“网络营销理论与实训”主持人，洛阳理工学院应用经济研究中心主任邵安兆教授担任主审。

在讲授“网络营销实务”课程时，建议课堂讲授与在互联网环境下的实际操作演练时间分配比例为4:6，这样便于学生培养网络营销技能，并且综合运用每章的案例和思考题，加强对学生知识的理解和掌握。

本书在编写过程中，得到了参编学校领导的高度重视和出版社有关领导的支持和帮助。由于高等职业技术学院教学正在探索工学结合的人才培养模式、项目导向型教学，本教材在这方面做了一点探索。在此，对广东省教育厅高教处领导、参编学校的各位老师、出版社领导和有关人员，一并致谢。

最后，笔者恳请读者能够对本书提出批评和建议。本书免费赠送授课用电子课件。

高凤荣



教学建议

教学目的及教学要求

1. 课程教学目的

通过本课程的教学,使学生对网络营销的理论体系有一个系统的了解,对在网络虚拟市场开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具和手段、目标与实施控制等相关内容,得到全面的领会和感性认识,并掌握开展网络营销的操作思路和相应的运作技巧。

2. 教学要求

本课程的教学要求如下:

- (1) 结合实际案例的课堂讲授,让学生理解网络营销的基本原理。
- (2) 开设较多课时的上机实验,使学生掌握开展网络营销的手段和方法。
- (3) 设置课程设计编写网络营销实施规划报告,使学生对网络营销在理论和实践的结合上有所提高。
- (4) 采用多种形式的期末考试对学生知识的掌握进行考核。具体采用:平时考核、闭卷考试、开卷考试、实操考试等几种方式相结合。

前期需要掌握的知识

市场营销、电子商务等课程相关知识。

课时分布建议

教学内容	学习要点	课时安排	
		理论	实训
第1章 网络营销的理论基础	知识 (1) 了解网络营销的概念和特点 (2) 认识网络营销与传统营销的整合 技能 (1) 掌握网络营销常用方法的基础技能 (2) 具备网络营销的营销环境和成功因素分析能力	2	—
第2章 网络营销的常用工具与方法	知识 (1) 掌握网络营销的常用工具和方法 (2) 了解无线网络营销的相关知识 技能 (1) 具备应用网络营销常用工具的基础技能 (2) 具备应用网络营销常用方法的基础技能	2	2
第3章 网上市场调研	知识 (1) 了解网络市场调研的内涵、优点 (2) 理解网络市场调研的概念、特点 (3) 掌握网络市场调研方法以及网上市场调研计划的制定 技能 (1) 能够根据企业经营需求制定适合的市场调研计划 (2) 能根据调研任务,选择合适的调查方法,设计、制作调研问卷 (3) 能熟练地实施网上市场调研活动	2	2
第4章 企业网站建设	知识 (1) 理解网络营销网站的功能 (2) 掌握网络营销的网站规划与定位 (3) 了解网页设计的原则和内容构成 技能 (1) 具备网络营销导向的网站建设策划的能力 (2) 具备网络营销导向的网站风格策划的能力	2	2
第5章 企业网站的推广	知识 (1) 搜索引擎注册过程及其选择的原则 (2) 掌握运用交换链接的方法 (3) 掌握病毒营销的实施及其本质 (4) 了解网络社区的建立及管理 (5) 了解网站推广的方法 技能 (1) 具备应用搜索引擎注册的基础技能 (2) 具备运用交换链接的基础技能 (3) 具备实施病毒营销的基础技能	2	2

(续)

教学内容	学习要点	课时安排	
		理论	实训
第6章 网络广告	知识 (1) 网络广告的概念及其形式、网络广告的计价方式 (2) 掌握网络广告媒体投放策略 (3) 掌握交换广告的选择 (4) 了解分类广告营销方法 (5) 了解网络广告效果评估方法 技能 (1) 具备应用网络广告媒体投放的基础技能 (2) 具备运用网上分类广告营销方法的基础技能	2	2
第7章 搜索引擎营销	知识 (1) 搜索引擎营销基本原理 (2) 搜索引擎营销的目标层次 (3) 搜索引擎营销的主要模式 (4) 搜索引擎营销的基本方法 (5) 搜索引擎营销对网络营销的影响 技能 (1) 正确了解搜索引擎营销在网络营销中的地位和作用,培养学生独立在网上利用搜索引擎寻找到所需资料的能力 (2) 能够针对企业的实际情况选用合适的搜索引擎进行网络营销,培养学生正确选用和登录搜索引擎的能力	2	2
第8章 许可 E-mail 营销	知识 (1) 了解许可 E-mail 营销的现状、效果评价 (2) 理解掌握 E-mail 营销的概念、特点及类型 (3) 掌握 E-mail 营销的条件、方法与技巧 技能 (1) 能够根据企业实际需求选择合适的 E-mail 营销方式进行营销 (2) 掌握邮件列表营销	2	2
第9章 网络会员制营销	知识 (1) 掌握会员制营销的基本原理 (2) 了解会员制营销模式的演进 技能 (1) 具备应用会员制营销的基本手段的基础技能 (2) 具备会员制营销的实施方法技能	2	2
第10章 博客营销	知识 (1) 理解博客营销的基本原理 (2) 认识商业博客对企业的重要意义 技能 (1) 能使用博客营销的基本方式和手段 (2) 学会商业博客的经营方法	2	2

(续)

教学内容	学习要点	课时安排	
		理论	实训
第 11 章 网上商店	知识 (1) 了解网上商店在网络营销中的主要作用 (2) 熟悉网上商店特点 (3) 掌握网上顾客分析、消费行为分析 (4) 掌握网上商店经营中的问题及对策 技能 (1) 学会网上开店的技巧 (2) 具备网上商店经营能力	2	2
第 12 章 网络营销策略	知识 (1) 熟悉网络营销的产品和渠道策略 (2) 熟悉网络营销的促销策略 (3) 掌握企业网络的品牌推广 技能 (1) 学会对企业网站产品进行适当定价 (2) 能够进行网上促销	2	2
第 13 章 网络营销实施 的效果评价	知识 (1) 了解网络营销实施效果评价的意义 (2) 熟悉网络营销实施效果综合评价的基本内容 (3) 掌握网络营销效果评价标准的分类: 交易效果、 营销效果和网络营销效果 (4) 掌握网络营销效果评价手段: 在线、线下或二 者结合 技能 (1) 具备网络营销效果的认知能力 (2) 具备网络营销绩效评估过程的能力	2	—
第 14 章 网络营销综合 案例分析	知识 (1) 理解网络营销的战略 (2) 全面理解网络营销的有关策略 技能 能用网络营销的知识分析案例, 解决问题	2	4
课时总计		28	26

说明:

(1) 本课程教学设计以 54 学时 (理论 28 学时 + 实训 26 学时) 为标准, 各不同院校可根据自己的实际情况进行调整。突出理论课与实训课的有机结合, 其中实训课的内容可参照每章课后的“实训应用”部分来进行。

(2) 讨论、案例分析等时间已经包括在前面各个章节的教学时间中。



目 录

出版说明
前言
教学建议

第一篇

网络营销的理论基础

第1章 网络营销的理论基础 2

- 1.1 网络营销与传统营销 3
- 1.2 中国网络营销环境分析 6
- 1.3 网络营销给企业带来的机遇
 与挑战 11
- 学习指导 14
- 核心概念 14
- 课后思考与练习 15
- 案例分析 15
- 实训应用 16
- 网络营销链接 16
- 部分习题参考答案 16

第二篇

网络营销的工具与方法

第2章 网络营销的常用工具 和方法 18

- 2.1 网络营销常用工具 19

- 2.2 网络营销常用方法 24
- 2.3 无线网络营销 29
- 学习指导 31
- 核心概念 32
- 课后思考与练习 32
- 案例分析 32
- 实训应用 35
- 网络营销链接 35
- 部分习题参考答案 35

第3章 网上市场调研 36

- 3.1 网上市场调研概述 37
- 3.2 网上市场调研的方法 43
- 3.3 网上市场调研的实施 54
- 学习指导 57
- 核心概念 58
- 课后思考与练习 58
- 案例分析 59
- 实训应用 59
- 网络营销链接 60
- 部分习题参考答案 60

第4章 企业网站建设 61

- 4.1 企业网站的功能 64
- 4.2 营销网站的规划要点 66
- 4.3 网站的主要内容和形式 67
- 4.4 域名选择和注册 72
- 4.5 网页设计要点 73

4.6 企业营销网站优化设计	74	7.3 搜索引擎营销的主要模式	139
学习指导	75	7.4 搜索引擎营销的基本方法	140
核心概念	76	7.5 搜索引擎营销效果分析	145
课后思考与练习	76	学习指导	147
案例分析	77	核心概念	147
实训应用	78	课后思考与练习	148
网络营销链接	79	案例分析	148
部分习题参考答案	79	实训应用	150
第5章 企业网站的推广	80	网络营销链接	152
5.1 搜索引擎注册	81	部分习题参考答案	152
5.2 交换链接	86	第8章 许可 E-mail 营销	153
5.3 网络社区营销	90	8.1 许可 E-mail 营销的概述	154
5.4 病毒营销	96	8.2 许可 E-mail 营销的定义 和特点	157
5.5 网站排名与品牌推广	101	8.3 许可 E-mail 营销主要方式	161
学习指导	104	8.4 许可 E-mail 营销的实施	165
核心概念	104	学习指导	170
课后思考与练习	104	核心概念	170
案例分析	105	课后思考与练习	170
实训应用	106	案例分析	171
网络营销链接	106	实训应用	172
部分习题参考答案	106	网络营销链接	172
第6章 网络广告	107	部分习题参考答案	172
6.1 网络广告	109	第9章 网络会员制营销	173
6.2 网络广告媒体投放策略	115	9.1 会员制营销概述	174
6.3 交换广告	118	9.2 会员制营销的价值	176
6.4 网络分类广告	122	9.3 加入网站会员计划	180
6.5 网络广告的效果评估	125	9.4 会员制营销的实施要点	183
学习指导	128	学习指导	189
核心概念	128	核心概念	189
课后思考与练习	129	课后思考与练习	190
案例分析	129	案例分析	190
实训应用	131	实训应用	192
网络营销链接	131	网络营销链接	195
部分习题参考答案	131	部分习题参考答案	195
第7章 搜索引擎营销	132	第10章 博客营销	196
7.1 搜索引擎营销的基本原理	134	10.1 博客与博客营销	197
7.2 搜索引擎营销的目标层次	136		

10.2 博客营销的兴起	199	学习指导	258
10.3 商业博客的威力	201	核心概念	258
10.4 商业博客的经营战略	205	课后思考与练习	258
学习指导	211	案例分析	259
核心概念	211	实训应用	260
课后思考与练习	211	网络营销链接	260
案例分析	211	部分习题参考答案	260
实训应用	212		
网络营销链接	216		
部分习题参考答案	216		
第11章 网上商店	217	第13章 网络营销实施的效果评价	261
11.1 网上商店的特点	218	13.1 网络营销效果的评价体系	262
11.2 网上顾客分析	219	13.2 网站建设专业性的评价	267
11.3 网上商店的建立	223	13.3 几种网络营销的评价方法	274
11.4 网上商店经营中的问题 及对策	229	学习指导	277
学习指导	232	核心概念	277
核心概念	233	课后思考与练习	277
课后思考与练习	233	案例分析	278
案例分析	234	实训应用	279
实训应用	237	网络营销链接	280
网络营销链接	238	部分习题参考答案	280
部分习题参考答案	238		
		第四篇	
		网络营销实战	
第三篇		第14章 网络营销综合案例	
网络营销的策略与管理		分析	282
第12章 网络营销策略	240	14.1 7-Eleven 便利店的网络营销 战略分析	282
12.1 网络营销策略基础分析	242	14.2 广州市振佳运动器材 网络营销	288
12.2 网络营销的产品策略	246	14.3 戴尔：网上直销	289
12.3 网络营销的价格策略	249	14.4 网络营销方案的设计	293
12.4 网络营销的服务策略	251	参考文献	296
12.5 网络营销的渠道策略	253		
12.6 网络营销的促销策略	255		