

零距离上岗

高职高专市场营销专业系列规划教材



WANGLUO
YING XIAO

网络营销

李 冰 编著



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



高职高专市场营销专业系列规划教材

WANGLUO
YINGXIAO

网络营销

李 冰 编著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

网络营销 / 李冰编著. —北京: 电子工业出版社, 2011.10
(零距离上岗)
高职高专市场营销专业系列规划教材
ISBN 978-7-121-14586-5

I. ①网… II. ①李… III. ①网络营销—高等职业教育—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 185775 号

责任编辑: 晋 晶

文字编辑: 吴亚芬

印 刷: 北京市顺义兴华印刷厂

装 订: 三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 14.5 字数: 308 千字

印 次: 2011 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

高职高专市场营销专业系列规划教材

编 委 会

特约顾问 方光罗（安徽商贸职业技术学院）

万 融（中国人民大学）

主 任 杜明汉（山西财贸职业技术学院）

编 委 汪永太 郑承志 秦宗槐 段广建

孙金霞 张丁卫东 刘厚钧 李留法

申纲领 付春雨 刘 宝 韩宝森

白爱莉

出版说明

作为现代高等教育重要组成部分的高职高专教育可以说是与经济建设、劳动就业联系最紧密、最直接的。它承担着为高新技术转化和传统产业升级提供智力支持的重任,承担着提高劳动者的就业能力和创业能力、促进劳动就业的责任。近年来,我国高职高专教育有了很大的发展,为生产、建设、管理、服务第一线培养了大批技术型和应用型专门人才,对我国经济发展和社会进步起到了重要的推动作用。

高职高专教育以培养高技能人才为教学目标,与普通本科教育相比,有自己鲜明的特点:①理论知识以“必需”、“够用”为度;②以服务为宗旨,以就业为导向,以产学研结合为途径,以培养实际操作能力为核心;③实践教学在教学计划中占较大比重,注重学生职业能力的培养,实现“零距离上岗”,即学生毕业进入企业后,不再需要专门的上岗培训,直接就可以上岗,从而实现人才培养与上岗就业的零距离。

为了真正实现高职高专教育与上岗就业零距离的目标,许多高职高专院校正在逐步深化教学改革,改革方案里提出要适当规模地控制基础理论课程教学的深度与广度,加强校内模拟实训室和校外实习基地建设,强化技能培训,熟悉岗位要求,增强学生择业就业能力,增加学生的就业机会。

教学改革,教材先行。为了推动我国高职高专教育教学改革向“以培养职业能力为中心,理论和实践并重”的方向发展,在国家教育部的指导下,电子工业出版社在全国范围内组织成立了“全国高职高专教学研究与教材出版编委会”(以下简称“教学研究与教材出版编委会”),旨在研究高职高专教学目标、教学规律,以及与教学改革配套的教材建设,规划教材出版工作。教学研究与教材出版编委会的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明和办学实力强的普通高校、高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及本科院校主办的二级职业技术学院,而教材的编者和审定者则均来自从事高职高专和成人高等教育教学与研究工作的第一线优秀教师和专家。

教学研究与教材出版编委会根据《国务院关于大力发展职业教育的决定》和《教育部

关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》的文件精神，以及上岗就业零距离的教学目标，规划了这套“零距离上岗·高职高专系列规划教材”，力求能够反映高职高专课程和教学内容体系改革方向，按照突出应用性、实践性的原则优化系列教材结构；力求教材能够体现新知识、新技术、新工艺、新方法，突出教材内容的新颖性、基础理论知识的应用性和实践技能的培养。教材中的基础理论以“必需”、“够用”为度，专业知识加强针对性和实用性，同时注重实训和实习的环节，以利于学生综合素质的提高和创新能力、实践能力及操作能力的培养，以实现与实际岗位的无缝对接。教材还科学设置了一些实际案例及延伸阅读等功能性栏目，并将主要的专业核心课程设计成教材和模拟实训二合一教学包，电子工业出版社华信教育资源网上还提供教学课件及习题答案免费下载等增值服务。这不仅方便学生课下学习，拓宽知识面，还有利于调动学生学习的积极性。规划教材覆盖了人力资源管理、财务会计、国际经济与贸易（国际商务）、物流管理、市场营销、金融保险、工程造价、商务英语等专业的基础课程和专业主干课程，计划在“十一五”期间陆续推出。上述规划教材适合各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及本科院校主办的二级职业技术学院使用。

编写高职高专教材是一个新课题，希望全国高职高专和成人高等教育院校的师生在教学实践中积极提出意见与建议，并及时反馈给我们，以便我们对已出版的教材不断修订、完善，与大家共同探索我国高职高专教育的特点和发展道路，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新与高职高专教学配套的高质量教材。

全国高职高专教学研究与教材出版编委会

前 言

网络营销主要是企业利用现代网络信息技术开展营销活动、实现营销目标的一种新型营销方式,是各个企业十分重视的、在一个新领域即互联网的虚拟环境里开展的营销活动的方法、技术与策略的综合。网络营销作为企业整体营销活动的重要组成部分与传统营销具有相同的地位,同时又具有传统营销不能实现的功能和价值,具体包括树立新的市场营销观念、丰富市场营销理论与内容、拓展营销活动的领域、实现营销主体的进一步平等性和多样化等。因此,无论是传统企业还是现代企业,开展网络营销都是大势所趋。

近年来,网络经济的迅猛发展带动了企业对网络营销知识与网络营销专业人才的迫切需求。网络营销的知识主要包括基础理论知识和网络营销的方法、技能,以及网络营销实践中的具体策略。网络营销知识具有更新速度快、涵盖范围广、专业系统性强、实践性高等特点。因此,学习网络营销知识要注意以下几点:第一,要及时更新知识内容。网络营销开展的平台和环境是互联网,而网络信息知识与技术的更新速度非常快,因此,要具备尽快把新的网络、网络技术应用于网络营销活动中的意识和能力。第二,要拓宽获取知识的渠道。不仅从课堂上还要从实践中去总结、提炼策略和方法;不仅从本门课程中还要从其他相关课程中去理解网络营销的理念、知识与技能。第三,网络营销的学习或工作都是由简及繁、从易到难,系统性很强,因此在做综合营销策划之前,要重视前期网络营销基础理论和方法的学习。第四,无论是在学校学习还是在企业培训中,都应注意网络营销的很多知识只有在实践环境中去学,才会取得良好的学习效果。

高等院校是培养、产出网络营销专业人才的一个主要场所,在高等院校中,网络营销是电子商务相关专业中实践性很强的一门课程,因此,本书从结构设计到内容选择都本着“理论够用、技能训练为主”的原则,从始至终都十分注重培养和调动学习者自身的学习兴趣,训练其自我学习、自我分析和解决问题的实践能力,并且为了弥补高等学校实践教学基础弱,资源少的不足,本书提供进行实践教学的具体项目或获得实践训练项目的方法与途径。因此,对于各高校尤其是高等职业院校,这是一本比较适合的实训教程。

本书主要讲述了网络营销实践中所使用的方法、技术,以及如何综合运用它们实现对网店的营销活动。全书分为 11 章,分别介绍了网络营销认知与体验、构建网络营销工作环境、商务信息的设计与发布、网络营销调研、搜索引擎营销、电子邮件和邮件列表营销、网络广告营销、网络论坛营销、博客营销、微博营销、网店推广与营销。每章都是以一个实际任务驱动网络营销活动展开,每个任务的开展与完成都是依据“资讯→计划→决策→实施→检查→评价”的流程。此外,章的最后配有“学习指南与资料库”,用于提供相关资料以完成工作任务。

本书结构设计新颖、知识点准确、内容较新,每章的学习都是从布置实际工作任务开始,边做边学,学做并行,从而达到以下效果:理论学习方面由浅入深,学习内容选择性、实效性;实践操作方面由简及繁,经验不断积累、实战能力不断提高。

本书既可以作为高等院校电子商务、市场营销、网络营销、计算机应用、工商管理 and 经贸等专业的教材,也可以作为电子商务相关专业的培训用书及企业管理人员、市场人员的工作参考用书。

本书在编写过程中参考或引用了专家学者的著作、文章及网站资料,在此表示感谢,尤其感谢北京师范大学职业与成人教育研究所所长赵志群教授和北京信息职业技术学院苏兰君老师给予的指导和帮助。

由于作者水平有限,书中难免有不足之处,敬请读者批评指正。

李 冰

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396；(010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

目 录

第 1 章 网络营销认知与体验·····	1
第 2 章 构建网络营销工作环境·····	10
第 3 章 商务信息的设计与发布·····	23
第 4 章 网络营销调研·····	32
第 5 章 搜索引擎营销·····	48
第 6 章 电子邮件和邮件列表营销·····	66
第 7 章 网络广告营销·····	103
第 8 章 网络论坛营销·····	131
第 9 章 博客营销·····	148
第 10 章 微博营销·····	170
第 11 章 网店推广与营销·····	187
参考文献·····	221

网络营销认知与体验

◇ 学习目标 ◇

1. 感性理解网络营销的基础知识。
2. 能选择合适的信息渠道，及时、准确地收集网络营销的相关信息。
3. 总结提炼出对网络营销的认识和理解。
4. 对网络营销的实践和行业有一个正确的认识。

【建议学时】6 学时

【任务描述】

1. 登录知名网站，初步了解网络营销的内容。
2. 理解网络营销职业的相关内容。



学习任务书

学习网络营销这门课程，首先应对网络营销有一个感性认识和理解。因此，学生需要通过网络营销网站的浏览、资料的查询，展开思考，正确完成以下任务并展示和提交结果。

1. 分别登录以下网站，浏览并分析其内容风格，以及网络营销的方式和内容。
 - 北京移动（<http://www.bj.chinamobile.com>）
 - 北京现代（<http://www.beijing-hyundai.com.cn>）
 - 海尔集团（<http://www.haier.cn>）
 - 阿里巴巴（<http://china.alibaba.com>）
 - 戴尔中国（<http://www.dell.com.cn>）
 - 国美电器（<http://www.gome.com.cn>）

- 红孩子 (<http://www.redbaby.com.cn>)
 - 腾讯 (<http://www.qq.com>)
 - 可口可乐 (<http://www.coca-cola.com.cn>)
2. 登录以下网站, 浏览并分析其收益模式。
- 易趣 (<http://www.eachnet.com>)
 - IBM (<http://www.ibm.com.cn>)
 - 戴尔中国 (<http://www.dell.com.cn>)
 - 携程网 (<http://www.ctrip.com>)
 - 海尔集团 (<http://www.haier.cn>)
 - 卓越亚马逊 (<http://www.amazon.cn>)
 - 百度 (<http://www.baidu.com>)
 - 宝洁公司 (<http://www.pg.com.cn>)
 - 阿里巴巴 (<http://china.alibaba.com>)
 - 新浪 (<http://www.sina.com.cn>)
3. 讨论分析。

(1) 讨论分析企业实施网络营销的条件, 填写表 1-1。

表 1-1 企业实施网络营销的条件

外部环境		内部条件		
宏观环境	微观环境	企业、产品特征	组织结构	软、硬件配置

(2) 通过中国互联网络信息中心网点 (www.cnnic.net) 查询中国网民的基本情况, 并记录查询结果。具体查询内容包括: ① 基本特征, 具体指标包括人数、性别比例、年龄、学历、职业、个人收入和城乡结构比例。② 上网行为特征, 具体指标包括上网时间、上网时长、上网目的、上网主要应用、上网方式和上网入口。③ 网上购买行为特征, 具体指标包括购买商品类型、购物网站、购物频率、购物金额、购买流程、购买决策过程、网上支付方式和物流方式。

(3) 总结报告包括: ① 中国网络购物的优势和存在的弊端。② 对网络营销的认识。

4. 查询网络营销相关职业信息。

登录前程无忧 (www.51job.com) 和智联招聘 (www.zhaopin.com), 使用“网络营销”关键词搜索, 了解以下内容: ① 与网络营销有关的职位数量、相关名称及职位要求。② 与网络营销有关的职业资格考试的内容包括报考规则、资格和时间等。

5. 讨论并总结：① 作为一名网络营销人员应该具备哪些知识。② 做一份自己的网络营销或电子商务职业规划书。要求：A. 提交三份文档：《网站分析结果》、《网民基本情况》和《总结报告》；B. 学生在全班同学面前演讲展示自己对网络营销的认识和职业规划。

注：学习任务书的内容可以结合实际情况自行选定。

成功的网络营销实践活动需要有一定的市场营销理论基础和正确的网络营销观念作为指导，因此，本书先初步介绍网络营销的实践活动和相关职业信息，使学生对网络营销有一个整体的系统化了解，树立一种正确的网络营销观念。

1.1 成立网络营销小组

组建网络营销小组（公司），小组规模以 4~6 人为宜，采用竞争上岗的方式确定各岗位人选，完成下列各项内容。

- (1) 小组（公司）名称：
- (2) LOGO（标志）：
- (3) 名称寓意：
- (4) 口号（广告语）：
- (5) 小组成员及分工，填入表 1-2 中。

表 1-2 网络营销小组成员及分工

职 务	姓 名	联系方式	邮箱及 QQ	工作职责
组长（经理）				

(6) 小组自我宣传与展示。各小组可以将自己小组的名称、标志和口号等设计在八开纸上，张贴在教室里。各组长（经理）向全班同学介绍小组名称、标志及寓意，带领本组成员喊出小组的口号。

(7) 最终由教师点评，选出最优秀小组。

1.2 任务实施

第1步 查询资料，明确工作任务

通过认真阅读任务书的工作任务，小组讨论，收集相关资料，仔细分解、明确分工任务。

第2步 计划

(1) 小组成员查阅资料并一起讨论，网络营销初步认识应包括哪些要素，寻找要素信息。

(2) 各组成员根据网络营销初步认识任务的工作内容与要求，以及完成时间，制定一份工作计划，填入表 1-3 中。

表 1-3 网络营销初步认识工作计划

营销小组：		制定时间： 年 月 日			
工作内容	工作方法	负 责 人	完成时间	完成标准	备 注

第3步 决策

以小组为单位，每组推荐 1 人为代表向全班同学阐述并展示本组的计划方案。

教师与学生一起就学生制定的工作计划方案进行讨论，确定最终的工作计划方案，填入表 1-4 中。

表 1-4 网络营销初步认识最终工作计划

营销小组：		制定时间： 年 月 日			
工作内容	工作方法	负责人	完成时间	完成标准	备 注

第 4 步 实施

明确了任务及其相关信息，制定了最终的工作计划后，着手进行具体问题的解决工作。

1. 收集信息

(1) 小组成员查阅资料并讨论，拟收集的信息种类、收集对象、收集方法、负责人、收集信息的标准要求、时间要求和注意事项。

注：提交电子稿和打印稿。

小组讨论后填写表 1-5。

表 1-5 网络营销信息收集情况

序号	信息种类 (什么信息)	收集对象	收集方法	负责人	收集信息的 标准要求	时间要求	注意事项



讨论问题

信息收集中的道德问题

有些个人和公司运用一些不道德的方法获得信息。判断收集信息的方法是否道德是很困难的。但是基本的标准是：如果竞争对手认为该信息是私密的，不愿意公司以外的人员获得，那么获得并使用这些信息就是不道德的。同样地，通过不正当的途径获得信息也是不道德的，有时某种行为甚至触犯了法律。

不道德的行为可能还包括让消费者和供应商提供具有竞争力的信息。试图贿赂雇

员以便获得私密信息则是更复杂的法律行为。

公司应该对员工、供应商和消费者公布它们对保密信息的期望。有的公司在公司指南中加入了有关信息共享、信息获得和信息使用的内容。

结合自己营销信息的收集，谈谈你对信息集中的道德问题的认识。

(2) 对上述信息收集情况进行检查与评估。各组信息收集完成后，先进行自检，再进行互检，最后由教师进行专检，填写表 1-6。

表 1-6 学生完成工作的成绩评定

学生姓名_____		教师_____	班级_____	学号_____
序号	考 核 点	学生评价	组长评价	教师评价
1	学习态度与纪律			
2	访谈提纲与调查问卷的设计能力			
3	市场信息收集的及时性与准确性			
4	信息资料的分类整理能力			
5	沟通能力（书面、口头，幻灯片）			
6	工作主动性			
综合评价：				

自检信息收集情况：_____

小组互检信息收集情况：_____

教师专检：_____

（提示：信息收集情况包括信息的质量、数量、真实性、完整性、收集方式及收集时间等，检查也从这些方面入手。）

(3) 自我总结（上述工作做得好的地方、存在的问题与不足、经验与收获，以及改进措施等）。

2. 讨论并总结

(1) 网络营销人员应该具备的知识。

(2) 个人网络营销或电子商务职业规划书。

3. 对网络营销职业的理解

第 5 步 检查

自我检查：检查自己所担负工作任务的完成情况是否符合目标和标准。

小组检查：组长检查每位成员的任务完成情况。

教师检查：教师对学生工作情况及结果进行检查。

第 6 步 评价

以小组为单位，分析小组在任务完成过程中做得好的地方，存在的问题与不足，提出改进方法，填写表 1-7。

做得好的地方：

存在的问题：

解决措施或改进方法：
