

《数字化营销》

图书基本信息

书名：《数字化营销》

13位ISBN编号：9787506425391

10位ISBN编号：7506425394

出版时间：2003-3-1

出版社：中国纺织出版社

作者：王霆 卢爽

页数：508

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《数字化营销》

内容概要

网络和信息技术的发展，有力地推动着企业营销理念和方式的变革，基于此技术的数字化营销模式的出现，影响到了企业文化、组织以及业务流程等。本书以理论和实际相结合的写作方式，详细论述了数字化营销对企业结构的影响，数字化营销与业务流程再造，企业如何实现数字化营销等，其中的案例对涉及到的理论问题进行了较好的诠释。

书籍目录

- 第一章 当今世界经济发展的特点与数字化的作用
 - 第二章 数字化管理：基于供应链的管理系统
 - 第三章 数字化管理中的数字化营销
 - 第四章 数字化营销概述
 - 第五章 数字化营销与企业文化
 - 第六章 数字化营销与组织变革
 - 第七章 数字化营销与业务流程再造
 - 第八章 企业数字化基础设施的建设
 - 第九章 数字化营销的实施方法
 - 第十章 数字化营销中的整体化方案
 - 第十一章 数字化营销中对市场机会的把握
 - 第十二章 销售和分销渠道管理中的数字化
 - 第十三章 客户关系管理中的数字化
 - 第十四章 数字化营销对企业管理决策的影响
 - 第十五章 从数字化营销到知识营销
- 参考书目

《数字化营销》

精彩短评

1、是更新观念的一本好书，不过说的内容实际操作性不强，特别是对国内大多数中小企业的目前的管理现状来说，作用不大，如何数字化表现的不是很突出！个人观点，仅供参考！

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：www.tushu111.com