

# 天美企业营销网络建设与管理分析

# 目 录

摘要.....	1
第 1 章 绪论.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究目的与意义.....	1
1.3 研究思路和方法.....	2
第 2 章 相关概念及理论综述.....	3
2.1 手机游戏与 MOBA 类游戏.....	3
2.1.1 手机游戏.....	3
2.1.2 MOBA 类游戏.....	5
2.2 4Ps 营销理论.....	5
2.3 营销网络.....	6
第 3 章 天美企业营销网络现状.....	6
3.1 营销网络的合作模式.....	6
3.1.1 商务合作模式.....	6
3.1.2 合作经营模式.....	7
3.2 4Ps 营销理论.....	7
3.2.1 产品策略.....	7
3.2.2 价格策略.....	8
3.2.3 渠道策略.....	9
3.2.4 促销策略.....	9
第 4 章 影响营销网络建设的主要因素.....	11
4.1 内部因素:内部游戏营销和管理的问题.....	11
4.1.1 游戏机制不平衡,无法保证用户忠诚度.....	11
4.1.2 游戏过于商业化,失去本身的文化价值.....	12
4.2 外部因素:外部面临的威胁与冲击.....	13
4.2.1 手游层出不穷,游戏行业竞争激烈.....	13
4.2.2 受社会舆论的影响,造成用户流失.....	14
第 5 章 天美营销网络建设的对策研究.....	15
5.1 注重原创性与游戏质量.....	15
5.2 结合营销网络的文化特色.....	15

5.3 加深异业合作扩大市场 .....	16
5.4 加强开发线下延伸产品 .....	16
结论 .....	17
参考文献 .....	18
致 谢 .....	19

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/375131210203011304>