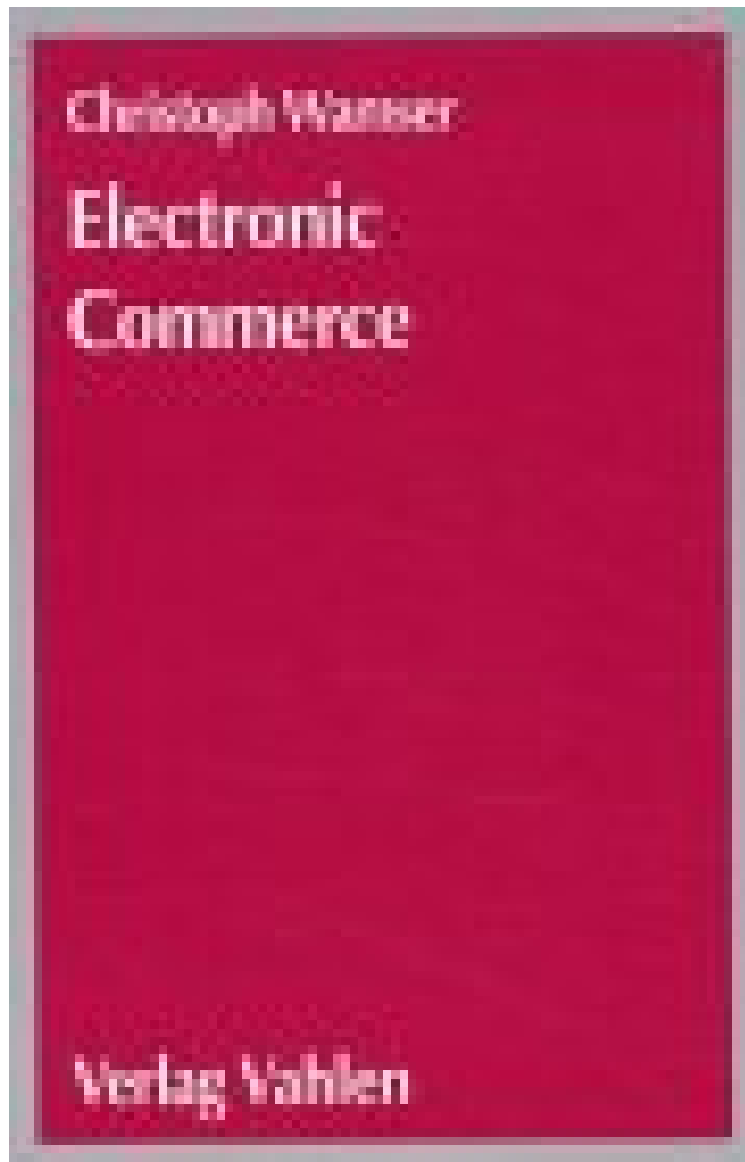


[Get free] Electronic Commerce: Grundlagen und Perspektiven

Electronic Commerce: Grundlagen und Perspektiven

Von Vahlen

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #2642041 in BcherVerffentlicht am: 2000-07-21Anzahl der Produkte:
1Einband: Taschenbuch291 Seiten | File size: 67.Mb

Von Vahlen : Electronic Commerce: Grundlagen und Perspektiven before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Electronic Commerce: Grundlagen und Perspektiven:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Tiefgang ohne bunte BilderVon Ein KundeWie der Titel es bereits ausdrckt, vermittelt das Buch zum einen die Grundlagen des E-Commerce (Kapitel 1: Grundlagen) und analysiert zum anderen spezielle Aspekte des Einsatzes der digitalen Computernetzwerke (Kapitel 2: Perspektiven). Der Grundlagenteil leistet eine hervorragende Einfhrung in den E-

Commerce, die vor allem auch Einsteigern einen sehr guten Überblick verschafft. Die Technologie- und Anwendungsbasis des E-Commerce wird systematisiert, die zahlreichen Einsatzmöglichkeiten identifiziert und strategische Rahmenbedingungen untersucht. Im Perspektiventeil werden jeweils spezielle Aspekte des E-Commerce herausgegriffen (z.B. Kundenbindung, Personalisierung, Preispolitik, Werbung, Marktforschung, Leitbilder, Organisationsstrukturen oder Vertrauen). Der hohe Wert des Buches liegt in diesem Kapitel weniger in der Breite als in dem Tiefgang der Beiträge, der sich wohltuend von zahlreichen E-Commerce Büchern abhebt. Freunde bunter Bilder werden sicher enttäuscht. Lesern mit wissenschaftlichem Interesse bietet das Buch dagegen viel Substanz. 4 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Wissenschaftliche hoher Wert Praxisrelevanz !!! Von Ein Kunde Kaufempfehlung für Dozenten, Studenten und Praktiker: ***** für Studenten ***** Ansprechende wirtschaftswissenschaftliche Darstellung des Electronic Commerce. Theorie und Praxis ergänzen sich auf lebendige, gut fassbarer Weise. Für wissenschaftliche Arbeiten über Electronic Commerce ist das Buch eine ideale Ausgangsbasis. Das zweiundzwanzigseitige detaillierte Quellenverzeichnis ist eine Fundgrube für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Electronic Commerce. Das Buch erschließt eine neue Spielwiese für Wirtschaftswissenschaftler und macht einfach Spaß !!! ***** für Dozenten ***** Die Implikationen des Electronic Commerce auf traditionelle Lehrbereiche erfordern zunehmend ihren Einbezug. Zum fundierten Einstieg und zur Vertiefung der neuen Materie eignet sich dieses Werk ganz besonders. Im Hauptteil werden Theorien und Instrumente der Wirtschaftswissenschaften auf den Electronic Commerce angewendet und führen zu klaren differenzierten Aussagen über gängige Praktiken und Potentiale. Führende Experten aus Wissenschaft und Praxis bringen ihr Wissen zu Electronic Commerce über themenspezifische Beiträge ein. Die Relevanz und hohe Aktualität der Beiträge sind durch die Auswahl des Herausgebers C. Wamser, Electronic Commerce Spezialist der Managementberatung A. D. Little, gesichert. Für die Qualität der Beiträge sind die Namen der Autoren selbstsprechend. Das zweiundzwanzigseitige Quellenverzeichnis ist eine Fundgrube für die Vertiefung in dieses junge Fachgebiet. Wer dieses Buch gelesen hat, kann mehr als mitreden !!! ***** Praktiker ***** Dieses Buch bringt die erfolgsrelevanten Fragen des Electronic Commerce auf den Punkt. Klare Darstellung erfolgsrelevanter Wirkungszusammenhänge geben Einblick in die Ursachen für Erfolge und Misserfolge. Der Praktiker erhält neue Impulse und Lösungsansätze zur Positionsbestimmung und Strategiewahl. Eine große Hilfe zur wissenschaftlichen Fundierung und Durchsetzung der richtigen Strategie. Wer seine Strategie anhand des Buches überprüft und gegebenenfalls anpasst, hat guten Stand !!

Autorenkommentar Grundlagen und Perspektiven Die hohe wirtschaftliche Bedeutung des Electronic Commerce ist längst unbestritten. Es waren insbesondere die so genannten Startups, die die Chancen bereits frühzeitig erkannten und begannen, die attraktivsten Positionen der "New Economy" zu besetzen. Nicht zuletzt auch wegen ihrer Ausstattung mit Venture-Capital und ihres großen Potenzials zur Generierung immenser Brsenkapitalisierungen wurden die dot.com"-Unternehmen vielfach vorschnell als die sicheren Gewinner des Wettbewerbs der "New Economy" gehandelt. Mittlerweile wird deutlich, dass längst nicht alle Startup-Unternehmen in der Lage sind, die hoch gesteckten Erwartungen zu erfüllen. Zudem gelingt es immer mehr Unternehmen der "Old Economy", ihre Stärken effektiv in den Wettbewerb einzubringen und ihrerseits wichtige Positionen im Electronic Commerce zu besetzen. Letztendlich werden die Unternehmen, die in der Lage sind, die Erfolgspotenziale der neuen Technologien zielgerichtet zu bewerten und ökonomisch optimal zu erschließen, in diesem Wettbewerb dominieren - und zwar unabhängig davon, ob sie Mitglieder der New Economy oder der Old Economy sind. Vor diesem Hintergrund ist eine Analyse, die die Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten sowie die wettbewerbsstrategische Bedeutung des Electronic Commerce differenziert untersucht, unerlässlich. Hier liegt der Ansatzpunkt des vorliegenden Buches. Führende Experten aus Wissenschaft und Praxis geben einen Einblick in die Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten sowie die strategische Bedeutung des Electronic Commerce. Unter anderem werden hierbei die folgenden Themenbereiche beleuchtet: - Schlüsseltechnologien des Electronic Commerce - Merkmale und Funktionen elektronischer Märkte - Electronic-Customer-Relationship-Management - Databased-Electronic-Commerce - Preisdifferenzierung im Internet - Werbeinteraktion in Netzwerken - Wertschöpfungsketten im Zeichen des Internet - Erfolgsfaktoren virtueller Unternehmen - Leitbilder des Electronic Commerce - etc. Das Buch wendet sich vor allem an Dozenten und Studenten an Hochschulen, die sich über aktuelle Entwicklungen in dieser noch jungen Disziplin informieren wollen, sowie an Praktiker, die wertvolle Lösungsvorschläge und Impulse für ihre Arbeit erhalten. Der Autor und weitere Mitwirkende: Christoph Wamser, Diplomkaufmann, ist Spezialist für den Einsatz neuer Medien und Mitglied der Electronic Marketing Group der Managementberatung Arthur D. Little International, Düsseldorf.