

[Mobile book] Erfolgsfaktoren im Business-to-Consumer-E-Commerce (Unternehmensführung und Marketing)

Erfolgsfaktoren im Business-to-Consumer-E-Commerce (Unternehmensführung und Marketing)

Von Christian Bing

*ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook*



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #2438161 in BcherVerffentlicht am: 2001-05-29Erscheinungsdatum:
2001-05-29Abmessungen: 9.02 x .78b x 5.98l, 1.01 Pfund Einband: Taschenbuch341 Seiten | File size:
50.Mb

Von Christian Bing : Erfolgsfaktoren im Business-to-Consumer-E-Commerce (Unternehmensführung und Marketing) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Erfolgsfaktoren im Business-to-Consumer-E-Commerce (Unternehmensführung und Marketing):

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Fundierte Arbeit und viele neue Ideen
Von Ein Kunde
Noch eine Arbeit zum E-Commerce-Hype oder Nicht-Hype. Die an der Uni Mnster entstandene Dissertation gibt einen guten Einblick in die Erfolgsfaktoren des E-Commerce. Basierend auf einer empirischen Untersuchung werden verschiedenen Hypothesen zum Erfolg von E-Commerce-Anwendungen getestet und gegenbergestellt. Fr Wissenschaftler bietet die Arbeit einen guten Untersuchungsrahmen und eine solide Zusammenfassung der Erfolgsfaktorenforschung, fr Praktiker eine Anregung, an was man alles denken sollte ... welche verschiedenen Bereiche knnen den Erfolg eines E-Commerce-Projektes beeinflussen.
2 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Erste empirische Arbeit zum Thema
Von schlick@schlick.de
Das Buch ist wohl die erste Arbeit im deutschsprachigen Raum, in der empirisch die Erfolgsfaktoren im E-Commerce analysiert werden. Da die Daten im Jahr 200 erhoben wurden, sind die Ergebnisse sicherlich nicht mehr so aussagekrftig wie zu Zeiten des "E-Hypes", aber viele Ergebnisse haben sicherlich auch noch heute ihre Gltigkeit. Das Buch bietet jedoch nicht nur einen berblick ber den Bereich des E-Commerce, sondern der Leser erfhrt auch viel ber den Stand und die Methoden der Erfolgsfaktorenforschung im Allgemeinen. Wer sich mit Erfolgsfaktoren und deren Erforschung beschftigt, sollte dieses Buch als Ratgeber immer zur Hand haben.

Werbetext
Empirische Erfolgsfaktorenforschung zum E-Commerce
Kurzbeschreibung
Christian Bing systematisiert theoretisch fundiert mgliche Erfolgsfaktoren und berprft ihren Einfluss auf den Erfolg im E-Commerce im Rahmen einer Befragung von 135 E-Commerce-Anbietern und 93 Experten empirisch.
Autorenkommentar
Zwei Wissenschaftspreise
Die Doktorarbeit "Erfolgsfaktoren im Business-to-Consumer E-Commerce" wurde am 15. Oktober 2001 mit dem ZMU-Preis 2001 fr Dissertationen ausgezeichnet. Mit diesem Preis wrdigt das Zentrum fr Marktorientierte Unternehmensfhrung (ZMU) an der WHU Koblenz einmal jhrlich herausragende wissenschaftliche Arbeiten, die sich mit Aspekten der marktorientierten Unternehmensfhrung auseinandergesetzt und dabei einen wesentlichen Beitrag zu einem besseren Verstdnis dieses Themenfeldes geleistet haben. Des Weiteren wurde die Doktorarbeit bereits am 3. September 2001 mit dem Alfred-Gerardi-Gedchtnispreis 2001 ausgezeichnet. Dieser Wissenschaftspreis wird jhrlich vom Deutschen Direktmarketing Verband (DDV) fr wissenschaftliche Arbeiten verliehen, die sich mit dem Direktmarketing befassen.