

<<电子商务管理>>

内容概要

《电子商务管理：课文和案例》能帮助现在和未来的管理者借助于整合的商务模型、市场和因特网技术更好地了解电子商务过程。

对于本科生和研究生水平的电子营销课程的教师来说，用这本课文和案例结合的书是一个完美的选择。

书中每个案例研究均为读者提供一个发展电子商务或成功或失败的著名公司的详细分析。

本书适用于MBA的电子商务课程或本科生电子商务班级。

作者简介

萨蒂普·克里希纳默西 (Sandeep Krishnamurthy) 教授在华盛顿大学教授电子商务课程。

《计算机通讯杂志》、《营销研究杂志》、《服务营销杂志》、《电子商务》周刊和季刊等杂志上都曾发表过他的电子商务学术论文。

Digitrends、Allbusiness.com、ClickZ.com、MarketingProf

书籍目录

第1部分：因特网基础和商业模式 第1章：介绍电子商务管理 1.1 引言 1.2 Dot-Com的兴衰沉浮 1.3 现实状况 1.4 电子商务的三角关系 1.5 新概念模式 1.6 结论 附录 现在的公司如何利用因特网 第2章：理解因特网 2.1 引言 2.2 因特网和Web技术的简单介绍 2.3 因特网和Web的简单历史回顾 2.4 因特网如何提升企业价值 2.5 因特网和Web是分配渠道不是沟通渠道 2.6 因特网技术对成本和收入的影响 2.7 因特网神话 2.8 因特网的结构 2.9 支配因特网的法则 2.10 因特网的解释理论 2.11 了解网上消费者的体验 2.12 结论 第3章：商业模式设计 3.1 引言 3.2 企业评估 3.3 为顾客传递价值 3.4 收入模式 3.5 实施中的问题 3.6 结论 附录1 细分电子市场 附录2 3Cs清单 第4章：商业模式的类型 4.1 引言 4.2 B2C的单一商业模式 4.3 单一B2C商业模式面临的挑战 4.4 优秀的B2C公司如何脱颖而出 4.5 鼠标加水泥的商业模式 4.6 单一的B2B模式 4.7 单一的C2C商业模式 4.8 单一的C2B商业模式 4.9 结论 第5章：电子拍卖 案例1：Amazon.com的商业历史 案例2：Boo.com的失败 案例3：Ebay的商业历史 第2部分：电子销售 第6章：构造用户渠道 第7章：分配与后勤 第8章：个性化 第9章：许可销售 第10章：定价和分配的数字化产品 第11章：创建网上社区 第12章：在线研究指导 案例4：Slatanic来自支付内容免费的灾难 案例5：Linux和开放资源 第3部分：因特网、政府和社会 第13章：电子社会 第14章：因特网和国家政策 案例6：Doubleclick的隐私混乱 第4部分：展望未来 第15章：点对点的系统 第16章：移动的商业 第17章：未来的电子商务管理 案例7：NTT DoCoMo的模式电话 索引

编辑推荐

《电子商务管理:课文和案例》适用于MBA的电子商务课程或本科生电子商务班级。

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:<http://www.tushu007.com>