

<<电子市场>>

图书基本信息

书名：<<电子市场>>

13位ISBN编号：9787302063995

10位ISBN编号：7302063990

出版时间：2003-04-01

出版时间：清华大学出版社

作者：(美)华伦·雷齐

页数：224

字数：337000

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>

<<电子市场>>

内容概要

该书是一部有意思、有内容、有深度的电子商务的经典著作。

全书用十一的篇幅从全球电子市场的发展、电子市场的商务策略、经营模式以及经营者观念上的改变，全面地论述了成功经营电子市场的策略。

书中有分析、有案例，论述深入浅出，行文简洁明快，不仅对电子信息专业人士及大中专学生，对社会各界人士也有很强的可读性。

作者简介

华伦·雷奇是marchFIRST公司的信息总监，该公司是全球最大的企业信息化设计公司。作为Worldcast Networks公司的创始人及首席执行官，华伦·雷奇为IT市场开发出第一个网上企业对企业的交易平台。

华伦·雷奇在许多著名公司工作二十余年以上，这些公司包括：苹果计划机公司、3Com公司、Gateway计算机公司及其他提供创新技术并将这些技术应用于现实世界商业模式的公司。

<<电子市场>>

书籍目录

序言简介致谢第1章 B2B电子市场的演变过程 电子高场的演变 电子市场演变成为价值互信网络 电子商务的三个C 全球价值互信网络 人性化的电子市场 计算机化的电子市场 数字世界与产体世界的融合 21世纪网络化社会成功的十大原则 电子价值传递系统 毛伊公司关于电子商务的观点 动态商务和谈判式 电子商务简介 本章摘要第2章 21世纪电子市场动态 电子市场发展的主要趋势 电子市场的演变 交易带动的增值服务收入 电子市场带来交易信息透明化 当前电子市场的发展趋势和成功关键 供应链正在演变成供应网 观点：B2B市场的兴起——凯斯·克拉契 B2B供应商在新经济中的机会 本章摘要第3章 动态内容策略 内容必须适应新经济 观点——马克·霍夫曼 观点——扬基集团 内容价值链面临的挑战 本章摘要第4章 B2B社群策略 电子市场就是社群 网络社群的演变 社群存在的先决条件 社群建设的障碍 网络接入——社群建设的基础 成功建设网络社群的几个关键性策略 趋势和未来的发展方向 基于教育基础关系的发展 建设网络社群的ASAP 本章摘要第5章 电子市场的商务策略第6章 经济全球化第7章 启动全球知识网络第8章 电子市场经营模式第9章 价值互信网络—供应链的未来第10章 以客户为中心的权得转移第11章 建立你自己的电子市场组织、文化及策略

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>