

Marketing und Electronic Commerce

Managementwissen und Praxisbeispiele für das erfolgreich expansive Marketing

Das Buch richtet sich sowohl an Entscheider wie auch Umsetzer von Marketingstrategien in Unternehmen. Besonders angesprochen werden Projektverantwortliche in Electronic Commerce-Projekten sowie Geschäftsführer und Marketingverantwortliche in kleinen und mittelständischen Unternehmen. Das Buch bietet einen Einblick in erfolgreiche Strategien sowie eine umfassende Übersicht über die wesentlichen Aspekte der Realisierung. Ziel ist es, den Unternehmen Guidelines an die Hand zu geben, die die Ausweitung von Geschäften in elektronischen Märkten auch über die nationalen Grenzen hinweg zu realisieren helfen. Neben Erfahrungsberichten und Anwendungshilfen sind, soweit für die Praxis relevant, Beiträge aus der Forschung auf dem Gebiet des Electronic Commerce enthalten. Die Autoren kommen aus verschiedenen Bereichen der Wirtschaft, Unternehmens- und DV-Beratungen, Pharmaunternehmen, von Telekommunikationsdienstleistern, Software- und Multimediaproduzenten, Wirtschaftsverbänden und aus der Wissenschaft (Deutschland, Großbritannien).

Das Buch richtet sich sowohl an Entscheider wie auch Umsetzer von Marketingstrategien in Unternehmen. Besonders angesprochen werden Projektverantwortliche in Electronic Commerce-Projekten sowie Geschäftsführer und Marketingverantwortliche in kleinen und mittelständischen Unternehmen. Das Buch bietet einen Einblick in erfolgreiche Strategien sowie eine umfassende Übersicht über die wesentlichen Aspekte der Realisierung. Ziel ist es, den Unternehmen Guidelines an die Hand zu geben, die die Ausweitung von Geschäften in elektronischen Märkten auch über die nationalen Grenzen hinweg zu realisieren helfen. Neben Erfahrungsberichten und Anwendungshilfen sind, soweit für die Praxis relevant, Beiträge aus der Forschung auf dem Gebiet des Electronic Commerce enthalten. Die Autoren kommen aus verschiedenen Bereichen der Wirtschaft, Unternehmens- und DV-Beratungen, Pharmaunternehmen, von Telekommunikationsdienstleistern, Software- und Multimediaproduzenten, Wirtschaftsverbänden und aus der Wissenschaft (Deutschland, Großbritannien).



64,99 €

60,74 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783663107330

Medium: Buch

ISBN: 978-3-663-10733-0

Verlag: Vieweg+Teubner Verlag

Erscheinungstermin: 12.08.2013

Sprache(n): Deutsch

Auflage: Erscheinungsjahr 2013

Serie: XBusiness Computing

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 728 g

Seiten: 410

Format (B x H): 170 x 244 mm

