

(Download) Management-Handbuch Electronic Commerce: Grundlagen, Strategien, Praxisbeispiele

# Management-Handbuch Electronic Commerce: Grundlagen, Strategien, Praxisbeispiele

Von Vahlen

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



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #2022599 in BcherVerffentlicht am: 2001-04-20Einband: Gebundene Ausgabe682 Seiten | File size: 58.Mb

**Von Vahlen : Management-Handbuch Electronic Commerce: Grundlagen, Strategien, Praxisbeispiele** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Management-Handbuch Electronic Commerce: Grundlagen, Strategien, Praxisbeispiele:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen8 von 9 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr empfehlenswert fr PraktikerVon Ein KundeBuchbesprechung:Hermanns, A.; Sauter M. (Hrsg.): Management Handbuch Electronic Commerce. 2., vllig bearbeitete und erweiterte Auflage. Mnchen (Vahlen) 2001Nach der ersten Pleite eines Internetunternehmens - boo.com im Sommer 2000 - scheinen die Hiobsbotschaften aus diesem Bereich

nicht abreißen zu wollen. Weitere Firmenpleiten, gravierende finanzielle Schwierigkeiten bei den Internet Flaggschiffen wie z.B. Letsbuyit.com und sinkende Börsenkurse haben den Stern der New Economy arg in Bedrögnis gebracht. Nach dem Hype folgt nun die Ernüchterung. Ein wesentlicher Grund für die Ernüchterung dürfte wohl darin zu finden sein, daß: "Eine betriebswirtschaftliche und vor allem managementorientierte Perspektive des Electronic Commerce damals nur bedingt eingenommen wurde" (Vorwort zur zweiten Auflage). Daher steht die zweite Auflage des Management Handbuchs Electronic Commerce unter zwei Aspekten: Zum einen das Aufzeigen des betriebswirtschaftlichen Fortschritts im E-Commerce und zum anderen die Herausarbeitung der konzeptionellen Leitlinien für die weitere Entwicklung des E-Commerce. Die zweite Auflage ist im Vergleich zur ersten Auflage sachlich völlig neu orientiert, die Autorenteam sind auch weitgehend neu. Auf die Key-Note von Dr. von Pierer (Siemens AG), in der auf die Komplexität des E-Business und die Bedeutung des E-Business für die Zukunft der Unternehmen eingegangen wird, folgt das einführende Kapitel von Prof. Hermanns und Herrn Sauter über "E-Commerce - der Weg in die Zukunft". Im Kapitel 2 werden die Grundlagen und Rahmenbedingungen des Electronic Commerce dargestellt, im Kapitel 3 das Management des Electronic Commerce mit seinen Auswirkungen auf Marktforschung/Kommunikation und Logistik. Kapitel 4 steht dann unter dem Aspekt der Umsetzung des Electronic Commerce in der Praxis. Das erste Unterkapitel beschäftigt sich mit den technologischen Voraussetzungen, im zweiten Unterkapitel wird auf Fragen der Realisierung/Design/Content eingegangen, das dritte Unterkapitel konzentriert sich auf die für die Käufer wichtigen Fragen der Sicherheit im Zahlungsverkehr. Kapitel 4 wird abgeschlossen mit Betrachtungen über die rechtlichen Rahmenbedingungen des E-Commerce und die Besteuerung von E-Commerce im Internet. Im fünften Kapitel werden Branchenkonzepte und Praxisbeispiele des E-Commerce vorgestellt. Dabei geht es zum einen um B2B Konzepte wie E-Procurement, B2B Marktplätze (Beispiel Atraden Pro) sowie Auktionen und Geschäftsprozesse via E-Commerce (Beispiel Intel). Im zweiten Unterkapitel stehen B2C Beispiele im Vordergrund wie Online-Banking, Versandhandel (Beispiel Otto Versand) und, was in einem E-Commerce Buch nicht fehlen darf, das Beispiel . Abgerundet wird das Buch im Kapitel 6 mit den Trends und Entwicklungsperspektiven des E-Commerce in der Zukunft. Die insgesamt 49 Beiträge des Buches bieten einen sehr guten Überblick über die betriebswirtschaftlichen und managementorientierten Herausforderungen an das E-Commerce in der Zukunft, die anhand von Beispielen aus der Praxis untermauert werden. Hervorzuheben ist, daß die meisten Kapitel von Praktikern geschrieben wurden, die, aufgrund ihrer z.T. sehr langen Erfahrungen mit dem neuen Medium Internet, eine sehr realitätsnahe und nicht mehr von "Internet Hype" geprägte Darstellung der Probleme und Lösungsansätze geben. Der klare Aufbau des Buches, die hohe Kompetenz der Autoren sowie die klare Fokussierung auf die betriebswirtschaftlichen Grundlagen für den zukünftigen Erfolg des E-Commerce heben das vorliegende Buch wohlwollend von der Flut der Bücher und Artikel ab, die sich mit dem Thema E-Commerce beschäftigen. Es ist daher als Lektüre für alle zu empfehlen, die E-Commerce in ihren Unternehmen zum Erfolg bringen wollen. Der Druck auf die erfolgreiche Implementierung von E-Commerce im Unternehmen wird zunehmen. Denn der Fokus für eine Effizienzsteigerung des Unternehmens wird in der Zukunft geprägt durch die Verbesserung der externen Geschäftsbeziehungen zu Lieferanten, Händlern und Kunden, die wiederum durch die Digitalisierung der Geschäftsprozesse ermöglicht wird. Darüber hinaus werden neue Impulse für E-Commerce durch die technologische Weiterentwicklung des Internets gegeben. Das Heft 6/2001 des Manager Magazins zeigt fünf Technikrends auf, die in den kommenden Jahren das Internet prägen werden: Breitband-Internet, Agententechnologie, XML als Softwarestandard, die Peer-to-Peer Technologie sowie die Vernetzung von Alltagsgegenständen. Die neuen technologischen Möglichkeiten werden wieder neue Möglichkeiten des E-Commerce generieren. Diese neuen Möglichkeiten sowie die erfolgreiche Umsetzung von betriebswirtschaftlichen und managementorientierten Ansätzen im Internet dürfte dann in zwei bis drei Jahren - hoffentlich - wieder genügend Stoff für eine "vollkommen neu bearbeitete und aktualisierte" Auflage des vorliegenden Management Handbuchs liefern. Dr. Michael Thiel, Director Europe, Sankyo Pharma GmbH, München 4 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Unverzichtbar für jeden, der sich mit dem Thema beschäftigt Von luckyloeck Bei dem vorliegenden Handbuch handelt es sich meines Erachtens um ein unbedingtes Muss, für jeden, der sich mit dem Thema eCommerce in Verbindung mit Marketing-Management auseinandersetzt. Die nunmehr 2. Auflage wurde erheblich bearbeitet und aktualisiert. Das Handbuch bietet nicht nur den idealen Einstieg in das Thema, sondern greift auch alle relevanten Facetten des eCommerce auf, ob im C2C oder im B2B. Die zusammengetragenen Arbeiten stammen grotteils von renommierten Wissenschaftlern einerseits und Experten aus der Praxis andererseits. Im einzelnen werden in diesem Buch zum einen die Besonderheiten bei der Gestaltung der Marketing-Instrumente deutlich. Zum anderen wird insbesondere auf die Chancen der Markenführung und des Relationship Marketings eingegangen. Ergänzt werden diese wissenschaftlichen Beiträge durch praktische Beispiele aus verschiedenen Branchen, wie Versicherungen, Online-Auktionen und Online-Handel. Rundum hat mir das Buch bei meiner Diplomarbeit sehr gute Dienste erwiesen, und konnte mir darüber hinaus eine Menge weiterführende Literatur zu den einzelnen Themen liefern. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Theoretisches Grundlagenwerk Von Dr. Michael Witt Das Buch bietet einen guten Überblick zum Thema Electronic Commerce. Teilweise fehlt dem Buch jedoch der rote Faden, der das Lesen wesentlich vereinfachen würde. Hier bieten Brandstetter/Fries mit "E-Business im Vertrieb" oder Stolpmann mit "Service und Support über das Internet" wesentlich

mehr frs Geld !

Kurzbeschreibung Das Internet hat sich immer mehr zu einem globalen Marktplatz fr Gter und Dienstleistungen entwickelt. Nach einer Phase der Euphorie, die sehr stark durch Geschftsideen und Visionen gekennzeichnet war, haben sich inzwischen die klassischen betriebswirtschaftlichen Grundstze auch fr die Internetbranche durchgesetzt. Vor diesem Hintergrund wurde die zweite Auflage dieses Management-Handbuches vollkommen neu bearbeitet und aktualisiert. In 49 Beitrgen befassen sich namhafte Experten aus Wissenschaft und Praxis mit den aktuellen Herausforderungen, Trends und Perspektiven des Electronic Commerce: - Grundlagen und Rahmenbedingungen - Management und strategische Konzepte - Umsetzung des Electronic Commerce - Branchenkonzepte und Praxisbeispiele - Perspektiven und Trends Das Handbuch wendet sich an Entscheidungstrger und Macher des Electronic Commerce in Unternehmen, an Unternehmensberater sowie Dozenten und Studenten aus den Bereichen Unternehmensfhrung, Marketing und Wirtschaftsinformatik. Fr Studierende der Wirtschaftswissenschaften an Universitten, Fachhochschulen und Akademien