

《电子商务战略制定》

图书基本信息

书名：《电子商务战略制定》

13位ISBN编号：9787111111788

10位ISBN编号：7111111788

出版时间：2003-4

出版社：机械工业出版社

作者：罗伯特·普兰特

页数：252

译者：李璐璐

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《电子商务战略制定》

内容概要

在本书的写作过程中，作者采访了欧美30多家大公司的高层管理者。在这些深层次的访谈及研究的基础上，并通过利用另外10家组织机构的公开数据、个案研究与信息，推出本书要介绍的方法论。这种方法使我们可以深入探索这些全球市场领袖的思维与哲学观。本书的目的在于两方面：（1）促使企业的总裁、高级行政人员及管理人员在其竞争的领域内理解电子商务的竞争流派。（2）介绍制定电子商务战略的有效方法，促使企业管理者采取有效措施为其企业制定强力有效和独特的战略。

《电子商务战略制定》

作者简介

罗伯特·普兰特博士是全球网络战略和知识管理方面的咨询专家，在伦敦的《财经时报》上发表过一些很受欢迎的电子商务方面的论文，包括“走向网络：领导战略”，“电子品牌：领导战略”，“打造一致的网络战略”等。

在过去的十几年里，普兰特成为知识管理和知识系统的研究

《电子商务战略制定》

书籍目录

前言第1章 在网络化世界中制定互联网战略第2章 制定一体化的电子商务战略第3章 内容所有权问题
电子中心结构+内容=成功第4章 通过技术集成确立电子商务战略的领导地位第5章 确立市场重点：市
场细分中的行业战略第6章 服务先导——在每一个接触点为客户增值第7章 电子品牌——新的全球品
牌的出现第8章 制定互联网启动战略第9章 互联网战略的有效性——平衡记分卡法第10章 未来趋势—
—影响战略形成的几个方面第11章 来自前沿的思想——同管理者的对话

精彩短评

1、 : F713.36

《电子商务战略制定》

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:www.tushu000.com