

《数字时代的商务活动》

图书基本信息

书名：《数字时代的商务活动》

13位ISBN编号：9787208064744

10位ISBN编号：7208064741

出版时间：2006-9

出版社：上海人民出版社

作者：艾露斯·库佩

页数：445

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

《数字时代的商务活动》

内容概要

越来越多的企业正在从互联网经济先驱者失败的教训中觉醒，逐步顺应数字世界的现实。人们懂得，应该了解互联网对传统商务战略和商务实践的影响，捕捉网络带来的商机。本书将告诉您：如何在数字商务环境中胜出？如何完成从离线经营向在线经营的转变？如何应对互联网对商务活动带来的挑战？

《数字时代的商务活动》一书将帮助您了解互联网技术和网络经济的特征，并将它们融入到日常的商务活动中去，成功实现企业的战略目标。

《数字时代的商务活动》

作者简介

艾露斯·库佩是弗吉尼亚理工大学市场营销学的教授。其研究方向是信息技术在厂商与消费者决策中的应用。库佩的研究成果已经发表在Journal of Consumer Research, Journal of Business Research和Quarterly Journal of Electronic Commerce等学术期刊上。

库佩博士一直在涉及互联网应用的高新技术企业中从事营销和管理工作，富有实际经验。目前，她是几家新办的互联网企业的顾问。库佩在哈佛大学获得学士学位，并在杜克大学获得工商管理博士学位。

《数字时代的商务活动》

书籍目录

译者序前言第一部分 数字商务的一般概念 第1章 互联网与商务活动 互联网简介 人与技术的结合：万维网的出现 互联网与商业机遇 开展数字商务的重要性 数字商务：旧有的理念与全新的机遇 电子商务的作用 本书简介 本章小结 复习 第2章 数字商务的基本框图 框图对于学习的意义 交换过程与商务活动 交换各方的关系促进交换 资源是交换的基础 资源理论与互联网上的商务机遇 本章小结 复习第二部分 细察交换框图——数字商务的方方面面 第3章 互联网对消费行为的影响 变化中的交换文化 谁是网上消费者？ 在线细分市场：充满机遇的目标市场 网上消费者的消费内容 本章小结 复习 第4章 互联网对厂商的影响 数字世界中的厂商 了解大环境 本章小结 展望未来 复习 第5章 技术与数字市场 支持互联网的技术 互联网技术：连接企业与客户 从技术的角度看问题：回到基本框图 本章小结 复习 第6章 公共政策与数字市场 谁来为互联网制定政策？ 政府和行政政策第三部分 数字商务环境——汇聚商务活动各要素 第7章 数字商务的演变 第8章 数字商务的战略规划第四部分 框图的应用——互联网与商务活动 第9章 利用网络调研开发商务情报 第10章 数字信息与商业活动 第11章 数字渠道与商业活动 第12章 数字化沟通与商务活动第五部分 营销框图理论的发展：数字商务环境中的交换关系 第13章 B2B数字商务 第14章 展望未来：数字商务活动中的关系管理

《数字时代的商务活动》

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