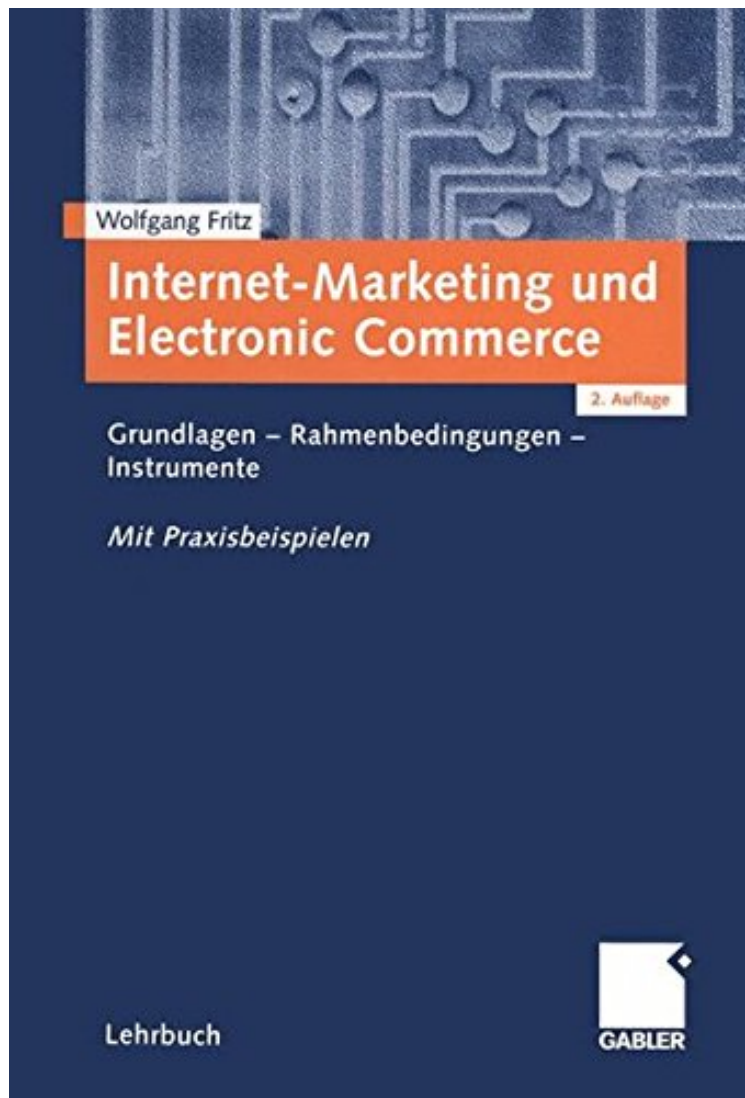


[Download] Internet-Marketing und Electronic Commerce. Grundlagen - Rahmenbedingungen - Instrumente. Mit Praxisbeispielen

Internet-Marketing und Electronic Commerce. Grundlagen - Rahmenbedingungen - Instrumente. Mit Praxisbeispielen

Von Wolfgang Fritz

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



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #1411782 in BcherVerffentlicht am: 2001-11-29Erscheinungsdatum: 2001-11-29Abmessungen: 9.61 x .60b x 6.69l, .94 Pfund Einband: Taschenbuch262 Seiten | File size: 39.Mb

Von Wolfgang Fritz : Internet-Marketing und Electronic Commerce. Grundlagen - Rahmenbedingungen - Instrumente. Mit Praxisbeispielen before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Internet-Marketing und Electronic Commerce. Grundlagen - Rahmenbedingungen - Instrumente. Mit Praxisbeispielen:

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
25 von 28 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Endlich ein umfassendes Lehrbuch über Internet-Marketing
Von kawe
Mit dem vorliegenden Buch ist es dem Autor gelungen, ein gutes Lehrbuch über Electronic Commerce und Internet-Marketing zu schreiben. Nach den zahllosen, ermüdenden Büchern, die über die Botschaft "Electronic Commerce boomt! Seien Sie und Ihr Unternehmen dabei!" hinausgeht. Im Gegensatz zu diesen Büchern, die vornehmlich allgemeine Phrasen enthalten und neueste Empirie zur Anbahnung eines schnellen Handelns heranziehen, baut Wolfgang Fritz seine Arbeit wie in einem klassischen Marketinglehrbuch auf. Ein knapp gehaltener aber umfassender Grundlagenteil, der sich nicht zu ausführlich mit längst bekannten oder unwichtigen Dingen wie der Entwicklungsgeschichte und den einzelnen Diensten des Internets aufhält, bildet den Einstieg. Darauf folgend werden veränderte Rahmenbedingungen für kommerzielle Aktivitäten aufgezeigt und das Internet als Instrument des Marketing-Managements ausführlich erlutert. Dabei werden Konzeption, Implementierung und Kontrolle gleichermaßen betrachtet. Den Abschluss bildet ein Praxisteil, in dem kurz die Erfolgsstory zweier Unternehmen und ihrer Internet-Marketingstrategien dargestellt werden. Das Buch eignet sich besonders für Studierende, die sich über die knappen Abhandlungen zu Internet-Marketing in den etablierten Marketing-Lehrbüchern hinaus mit Electronic Commerce von der marketingtheoretischen Seite gesehen beschäftigen möchten (oder müssen ;-)).

Pressestimmen
"Man hat das in der jüngeren Management-Literatur so rare Gefühl, Neues zu erfahren." (FAZ, 21.05.2001).
Werbetext
Elektronisches Marketing
Kurzbeschreibung
Wolfgang Fritz zeigt, wie das Internet unser herkömmliches Marketing-Verständnis verändert und wie es als neues Instrument des Marketing und des Electronic Commerce erfolgreich eingesetzt werden kann. Dabei kommen alle Aspekte des Marketing-Managements zur Sprache. Die 2. Auflage wurde bearbeitet und um aktuelle Entwicklungen wie Viralmarketing, Permission Marketing, Multichannel-Strategien, E-CRM sowie um weitere Fallstudien ergänzt.