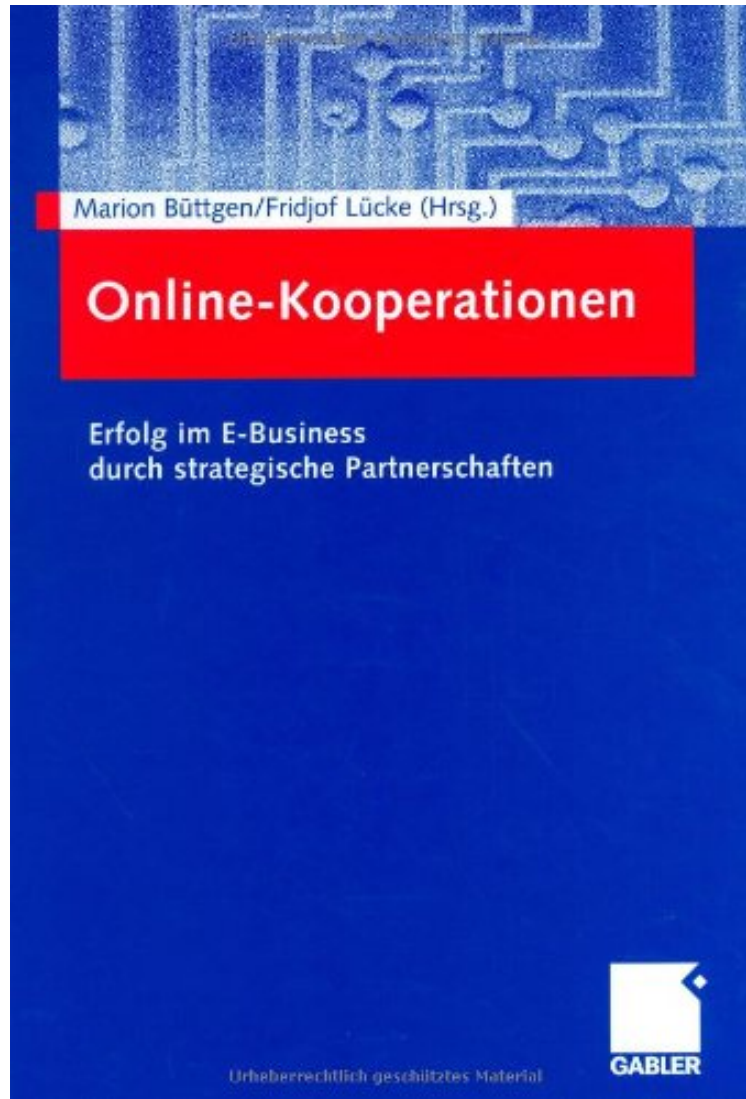


(Read free) Online-Kooperationen: Erfolg im E-Business durch strategische Partnerschaften

# Online-Kooperationen: Erfolg im E-Business durch strategische Partnerschaften

Von Marion Buettgen, Fridjof Luecke

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



 [Download](#)

 [Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrank: #742410 in BcherVerffentlicht am: 2003-08-15Abmessungen: .0 x .0b x .0l, .0 Pfund Einband: Gebundene Ausgabe468 Seiten | File size: 69.Mb

**Von Marion Buettgen, Fridjof Luecke : Online-Kooperationen: Erfolg im E-Business durch strategische Partnerschaften** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Online-Kooperationen: Erfolg im E-Business durch strategische Partnerschaften:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Online KooperationenVon RoderichEin hervorragendes Buch ber Kooperationen im Internet.Der aktuelle Situation wird

glanzend zusammengefasst und ein sehr guter strategischer Ausblick gegeben. Hat Spass gemacht zu lesen. 2 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Online-Kooperationen Von Ein Kunde Ein hervorragendes Buch zum wissenschaftlichen "Stand der Forschung" im Kooperationsbereich. Sehr empfehlenswert für Theoretiker und Praktiker.

Werbetext Erfolg durch strategische Partnerschaften in Netz Kurzbeschreibung Strategischen Partnerschaften im Netz werden große Erfolgspotenziale bescheinigt. Namhafte Autoren zeigen, wie die marktbezogenen, rechtlichen, organisatorischen und technischen Herausforderungen bei Online-Kooperationen durch ein breit gefächertes Managementwissen erfolgreich unterstützt werden können. Buchrückseite "Strategische Partnerschaften sind ein zentraler Erfolgsfaktor für das E-Business der Zukunft. Wie die Konsolidierungsphase der vergangenen Jahre gezeigt hat, sind Alleinwege nicht nur extrem kostenintensiv, sondern auf Dauer auch wenig Erfolg versprechend. Immer mehr Unternehmen erkennen den Nutzen strategisch angelegter und konsequent umgesetzter Online-Kooperationen und haben diesbezüglich einen ausgeprägten Informationsbedarf: - Welche Art von Zusammenarbeit kommt grundsätzlich in Frage? - Welche Ziele sollen dabei verfolgt werden? - Welche Partner sind geeignet und wie lassen sie sich akquirieren? - Welche Leistungen müssen erbracht und welche Gegenleistungen können erwartet werden? - Wie und in welchem Ausmaß können Erlöse erzielt werden? - Wie ist die Zusammenarbeit konkret zu gestalten? - Welche rechtlichen Rahmenbedingungen sind zu beachten und wie lässt sich der Erfolg überprüfen? - Wie sehen zukünftige Entwicklungen aus? Zu diesen und weiteren Fragen liefert "Online-Kooperationen" wertvolle Erkenntnisse. Ich kann das Buch jedem empfehlen, der sich mit E-Business näher beschäftigt: Wissenschaftlern und Studenten ebenso wie Praktikern." Prof. Dr. Richard Khler, Universität zu Köln "Die Autoren bieten einen umfassenden und wertvollen Überblick über erfolgreiche Kooperationskonzepte im Online-Bereich. Namhafte Forscher stellen ihre Untersuchungsergebnisse vor. Vertreter bekannter Unternehmen wie AOL, IBM, PG und T-Online teilen ihre Erfahrungen und gewähren Einblicke in ihre Unternehmensstrategie. Ein wertvolles Buch für alle Wissenschaftler und Praktiker im Online-Bereich!" Arndt Groth, Präsident des Deutschen Multimedia Verbands (dmmv) und Vorstandsvorsitzender von Interactive Media Dr. Marion Böttgen ist Habilitandin am Marketing-Seminar der Universität zu Köln. Fridjof Lücke ist Doktorand an der Universität zu Köln. Zuvor war er Vorstand der Sevenval AG in Köln. Er leitet den Arbeitskreis "Online-Marketing-Kooperationen" im Deutsch