

<<网络环境下的企业兼并与营销研究>>

图书基本信息

书名：<<网络环境下的企业兼并与营销研究>>

13位ISBN编号：9787305043703

10位ISBN编号：7305043702

出版时间：2005-9

出版时间：南京大学出版社

作者：徐康宁

页数：434

字数：360000

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：<http://www.tushu007.com>

<<网络环境下的企业兼并与营销研究>>

内容概要

自互联网出现以后，企业面临的环境发生了天翻地覆的变化，企业之间的并购速度不仅加快，而且并购出现新的形式，营销渠道也发生了改变。

本书专门研究在网络的环境下，企业经营边界发生的一些变化，企业兼并的新特点、目标企业价值的确定以及营销渠道的重新组合。

内容包括网络经济的基本理论、网络环境与企业兼并、被兼并企业的价值模型与价格确定、网络环境下的企业的交易费用、网络环境下企业的价值链与营销再造、网络环境与营销渠道创新、纵向一体化与营销渠道垄断等。

本书既有成系统的理论和学术前沿探索，也有大量的实例分析，包括对美国AOL兼并时代华纳公司的价格标的用新的价值模型予以分析和检验，对于现实经济具有很好的应用价值。

本书可供从事专业学习的研究生、大学生学习使用，也可供经济学、管理学研究者参考，对企业管理者了解网络经济及其影响下的企业兼并和新营销模式也有帮助。

作者简介

徐康宁，1956年6月生，江苏句容人，教授，东南大学经济管理学院院长，博士生导师，兼任中国世界经济学会常务理事、江苏省城市经济学会常务理事、南京市人民政府经济社会发展咨询委员会委员、马鞍山市人民政府顾问等职，并担任一些大型公司的管理顾问。
主持承担过3项国家自然科

书籍目录

第一章 网络经济的基本特征 第一节 网络经济的形成 第二节 网络经济的基本特征 第三节 网络经济的理论诠释第二章 网络环境下的企业 第一节 企业规模和边界 第二节 企业组织结构 第三节 企业生产运营方式与管理模式 第四节 网络环境下的企业间关系第三章 企业兼并的历史演变与发展趋势 第一节 世界前四次企业兼并浪潮的简要回顾 第二节 第五次企业兼并浪潮的兴起 第三节 中国企业兼并的发展历程 第四节 全球企业兼并的发展趋势第四章 企业兼并的一般理论 第一节 企业兼并的基本概念和分类 第二节 企业兼并的动机理论 第三节 企业兼并的管理阐释 第四节 企业兼并的战略管理因素 第五节 企业兼并的宏观效应第五章 网络环境与企业兼并 第一节 网络环境与网络型企业兼并 第二节 网络环境与传统企业兼并 第三节 网络环境下企业兼并特点分析第六章 网络环境下企业兼并的价值分析与价格决定 第一节 目标企业的价值评估方法 第二节 目标企业的价值评估技术 第三节 企业并购支付方式的创新第七章 网络环境下的市场与交易费用 第一节 交易费用理论概述 第二节 网络环境下的市场 第三节 网络环境下的交易费用第八章 网络环境下企业的价值链与营销再造第九章 从市场定位到营销渠道第十章 网络营销与营销渠道创新第十一章 网络环境下营销渠道的组织结构第十二章 纵向一体化与营销渠道垄断参考文献后记

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:<http://www.tushu007.com>