

Digital Business Modelling

Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern

Bearbeitet von
Von: Christian Hoffmeister

2. Auflage 2017. Buch inkl. Online-Nutzung. 368 S. Hardcover

ISBN 978 3 446 45176 6

Format (B x L): 19,5 x 25,2 cm

Gewicht: 1058 g

[Wirtschaft > Management](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhalt

Einführung

Vorwort, Einführung, Zielsetzung und Statements.....	8
--	---

Teil 1 Define 18

1.1 Einführung	20
1.2 Veränderungen zu nicht-digitalen Modellierungen	32
1.3 Das DVC Framework	42
1.4 Von einfach zu komplex: Entwicklungsstufen, Betrachtungsperspektiven	54
1.5 Kernfunktionen des Frameworks und Verbindung zu anderen Aufgabenbereichen	72

Teil 2 Design 80

2.1 Einführung	82
2.2 Plattformen	104
2.3 Leistungen und Gratifikationen	128
2.4 Performancegruppen	168
2.5 Schnittstellen und Accessnetzwerke	190

2.6 Transaktionen.....	216
2.7 Dominante Designs.....	236
Teil 3 Discover.....	248
3.1 Digitale Transformation und das DVC Framework	250
3.2 Digitale Umwelt und das DVC Framework	274
3.3 Transaktionskostentheorie und das DVC Framework	308
3.4 DVC Framework und Graphentheorie.....	316
3.5 DVC Framework und Informationstheorie	328
3.6 DVC Framework und Entscheidungstheorie	340
3.7 DVC Framework, Spieltheorie und Geschäftsmodelle als Spiele	348
Literatur.....	358