

Electronic Business

Theoretische Aspekte und Anwendungen in der betrieblichen Praxis

Bearbeitet von
Roland Gabriel, Uwe Hoppe

1. Auflage 2002. Buch. xv, 525 S. Hardcover
ISBN 978 3 7908 1497 2
Format (B x L): 15,5 x 23,5 cm
Gewicht: 2070 g

[Weitere Fachgebiete > EDV, Informatik > EDV, Informatik: Allgemeines, Moderne Kommunikation > EDV & Informatik Allgemein](#)

schnell und portofrei erhältlich bei



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.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XI
Electronic Busines und Electronic Commerce – Ein Beitrag zur Begriffsbildung <i>Uwe Hoppe</i>	1
I. Electronic Business in den Funktionalbereichen der Unternehmen	
1. Einkauf und Beschaffung	
Electronic Procurement - Katalog-basierte Beschaffung, Marktplätze, B2B-Netzwerke <i>Ronald Bogaschewsky</i>	23
2. Produktion	
Business-to-Machine Communication - weltweite Vernetzung von Automatisierungstechnik für Electronic Business <i>Uwe Kracke</i>	45
Advanced Production Planning <i>Thomas Witte und Thorsten Claus.....</i>	67
3. Handel, Marketing und Vertrieb	
Die Erklärung von Funktionsverlagerungen in Distributionssystemen durch Electronic Commerce anhand der Theorie der Handelsfunktionen <i>Bartho Treis und Klaus Gutknecht</i>	81
Der Nutzen des Internets für den stationären Einzelhandel <i>Lothar Müller-Hagedorn und Ralf Wierich</i>	107
Fulfilment als Marketing-Instrument im Electronic Commerce <i>Günter Silberer und Martin-Matthias Köcher</i>	133

Das Internet als ein Vertriebskanal im Rahmen einer Multikanal-Strategie <i>Christian Stummeyer</i>	147
Online Content Syndication – eine transaktionskostentheoretische Analyse <i>Thomas Hess und Markus Anding</i>	163
Handelsmanagement im Spannungsfeld zwischen Retailing und Electronic Tailing <i>Hans-Peter Liebmann und Thomas Foscht</i>	191

II. Electronic Business in den Querschnittsfunktionen der Unternehmen

1. Personal

Neue Arbeitsfelder im Electronic Business <i>Roland Gabriel</i>	211
Planspiele und Wissensmanagement für das Electronic Business <i>Jürgen Bloech</i>	221
Electronic Learning in der Aus- und Weiterbildung der Kreditwirtschaft am Beispiel der Sparkassen-Finanzgruppe <i>Heinz-Gerd Bordemann</i>	233

2. Organisation und Informationsverarbeitung

Ganzheitliches Informationsmanagement als Basis für erfolgreiche Electronic Businesslösungen <i>Walter Ruf</i>	253
Organisatorische Anforderungen des Electronic Business an die betriebliche Datenverarbeitung <i>Dieter Wall</i>	273
Sicherheitssysteme in Kommunikationsnetzen für das Electronic Business <i>Hartmut Koke</i>	283
Application Service Providing, Lösungen für den Mittelstand? Überlegungen am Beispiel betriebswirtschaftlicher Standardsoftware <i>Jochen Kuhl</i>	299

3. Rechnungswesen, Controlling und Finanzen

Vom Electronic Business zum „Electronic Controlling“ <i>Friederike Wall</i>	327
--	-----

Das Internet als Medium zur Publizität von Jahres- und Konzernabschlüssen <i>Lothar Schruff und Marc Kayser</i>	347
Didaktische Aufbereitung der durch Electronic Business geprägten Handlungsfelder in der beruflichen Bildung - am Beispiel des Rechnungswesens in integrierten Infomationssystemen <i>Frank Achtenhagen, Ulrich Getsch und Peter Preiß</i>	361
Data Warehouse-basierte Analyse und Informationsbereitstellung über Inter-, Intra- und Extranet <i>Harry Mucksch</i>	385
Bonitätsbeurteilungen und Kreditprüfungen im Electronic Business <i>Matthias Schumann</i>	413
4. Electronic Logistics und Supply Chain Management	
Supply Chain Event Management als Beispiel für Electronic Business in der Logistik <i>Volker Nissen</i>	429
III. Electronic Business in öffentlichen Betrieben	
Auf dem Weg zur papierlosen Steuererklärung <i>Heinz-Peter Röhrs</i>	447
Anforderungen an Electronic Business im Theater - am Beispiel des Internet-Ticketing <i>Matthias Almstedt</i>	477
IV. Vorstellung ausgewählter Forschungsgruppen	
Fachgruppe 5.5 „e-Commerce“ der Gesellschaft für Informatik e.V. <i>Christof Weinhardt und Carsten Holtmann</i>	495
Das Competence Center E-Commerce (CCEC) an der Ruhr-Universität Bochum <i>Werner H. Engelhardt, Roland Gabriel und Martin Gersch</i>	499
Das Competence Network on Electronic Commerce (CNEC) am Institut für Wirtschaftsinformatik, Universität Frankfurt <i>Wolfgang König</i>	509
Autorenverzeichnis	511