

《facebook臉書效應-從0到7億的串連》

書籍信息

版次：1

页数：318

字数：

印刷时间：2011年03月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9789862412756

內容簡介

2011年，臉書在全球有七十五種語言版本，經常使用者逼近七億人（全球上網者約二十億人），是世界「第三大國」，臉書更在全球超過30個國家擁有超過該國總人口30%以上的用戶，同時全球用戶更以每個月約2500萬人的速度增加中，它已成為世人（尤其18-34歲年輕人）的一種共通的文化經驗。

紐約時報曾把臉書形容為「社會大突破的先鋒」，前哈佛大學校長桑莫斯更將臉書創辦人祖克柏（Mark Zuckerberg）和微軟的蓋茲並列，稱他們是「過去二十五年來*改造世界影響力的兩個哈佛人」。

書中以故事性的手法敘述facebook如何從哈佛的宿舍萌發，創辦人的內訌、權力之爭，為何放棄華盛頓郵報的投資，怎樣爭取到第一個廣告客戶，而第一輪融資又如何獲得一億美元的估值，令人人痴迷的圖片分享如何上線，面對Twitter競爭，與Google的世紀之爭……同時明確揭露Facebook如何改變人們彼此溝通互動的方式，如何改寫「新聞」和「廣告」的定義，同時改變了政府與民眾接觸的方式、政治參與的樣貌、民主程序、產品行銷的方式、企業經營的模式……，讓你認識且想像臉書所引爆與將引發的更多衝擊。

本書最獨特的地方在於是 全面而詳盡地說明了臉書如何改變人們彼此溝通互動的方式，如何改寫「新聞」和「廣告」的定義，同時改變了政府與民眾接觸的方式、政治參與的樣貌、民主程序、行銷者賣產品的方式、企業經營的模式……。

[顯示全部信息](#)

作者簡介

大衛·柯克派崔克 David Kirkpatrick

科技趨勢專家，曾任「財星」雜誌網路及科技資深編輯多年，寫過蘋果電腦、美國商業機器公司、英特爾、微軟及昇陽等公司的封面故事，長年報導網路對企業和社會的衝擊。現為自由作家、美國政府智庫「外交關係協會」成員，經常以科技專家身分受邀電視、廣播及網路節目。

目錄

讚！徐重仁、林之晨、Mr. Jamie、Anderson、蔡明哲、吳顯二、Fox、Lawrence、Charles
老查、程世嘉、鄭蛋蛋、鄭緯筌、吳芳瑜、老貓、張永錫、陳宏偉
序 每天花二百三十億分鐘上臉書

第一章 從哈佛宿舍名冊開始

大二學生祖克柏寫程式找樂子，其中之一是線上版宿舍學生名冊，據說是為解決電腦咖交際困難問題，沒想到……

第二章 暑假奇遇，團隊成形

暑假，祖克柏跟朋友前往科技業天堂的加州帕羅奧圖，在當地巧遇年輕創業家帕克。這是一個不再返校的暑假。

第三章 剽竊官司

社交網站的概念可溯自四十多年前，祖克柏為何挨告？

第四章 快，網站千萬別掛掉！

短短三個月，網站用戶從二十萬突破一百萬，急需大量伺服器，祖克柏穿著他的招牌人字拖鞋，找到第一批貸款。

第五章 出高價的投資人來了

十二家創投、四家大科技公司、華盛頓郵報都來大力敲門，祖克柏選了哪一家？決定前他為何放聲痛哭？

第六章 臉書正式誕生

花了二十萬美金，買來Facebook.com這個網址，開始了臉書元年，祖克柏也坐穩了臉書國王之位。

[顯示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)