

<<电子商务信用机理研究>>

图书基本信息

书名：<<电子商务信用机理研究>>

13位ISBN编号：9787802078277

10位ISBN编号：780207827X

出版时间：2007-4

出版时间：经济管理

作者：魏明侠

页数：371

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>

## <<电子商务信用机理研究>>

### 内容概要

在理论上，本书将信用和电子商务有机地融合在一起，为电子商务及其相关问题的研究提供一个新视角，开拓电子商务信用建立这一新的研究领域，并构建比较系统和完善的电子商务信用建立理论体系；在实践上，本书有助于电子商务企业掌握虚拟市场信用的形成和建立规律，为电子商务企业提高信用，扩大交易量，增加盈利，提供重要的理论指导。

## <<电子商务信用机理研究>>

### 书籍目录

第一章 引言 一、选题的背景和意义 二、国内外相关研究现状 三、研究方案第二章 电子商务信用的基本范畴研究 一、电子商务市场 二、电子商务信用 三、电子商务信用相关范畴 本章小结第三章 电子商务消费的行为机理研究 一、电子商务活动的特点 二、电子商务消费行为特点 三、电子商务消费影响因素 本章小结第四章 电子商务信用建立的博弈机理研究 一、博弈论与电子商务信用建立 二、电子商务信用的建立：买方和卖方的博弈 三、电子商务信用的建立：卖方和卖方的博弈 四、电子商务信用的建立：交易者和管理者的博弈 本章小结第五章 电子商务信用建立的评估机理研究 一、电子商务信用评估的主要问题 二、电子商务信用评估的基础模型 三、电子商务信用评估的核心机制 四、电子商务信用评估的原型系统 本章小结第六章 电子商务信用建立的中介机理研究 一、电子商务信用建立中介机制概述 二、电子商务信用图章经济功能分析 三、电子商务信用中介交易模式阐释 四、电子商务信用建立中介机制设计 本章小结第七章 电子商务信用建立机理的实证研究 一、电子商务信用现状：来自消费者的调查 二、电子商务信用现状：来自经营者的调查 三、电子商务消费行为的实验：以在线消费影响因素为例 四、电子商务信用中介的实验：以信用图章经济功能为例 本章小结附录1 消费者电子商务信用调查问卷附录2 企业（经营者）电子商务信用调查问卷附录3 消费者预期对在线购物行为的影响实验附录4 电子商务信用图章对在线销售的影响实验参考文献

<<电子商务信用机理研究>>

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>