网络购物行为研究 基于在线互动与感知价值的实证分析



作者:于婷婷著

出版社: 武汉: 华中科技大学出版社

出版日期: 2013.10

总页数: 176

介绍:本研究以消费者网络购买行为为研究对象,重点关注在线互动与感知价值两个方面的影响因素。在分析和研究感知价值内涵及其影响因素的前提下,提出了适合本研究的感知价值影响因素:感知有用、感知易用和感知风险。拓展和丰富了消费者行为理论的研究领域及研究内容。

说明: 登录教客网(https://www.jiaokey.com/book/detail/13439651.html) 查找全本阅读方式

网络购物行为研究 基于在线互动与感知价值的实证分析 评论地址:

https://www.jiaokey.com/book/detail/13439651.html

教客网提供千万本图书阅读地址。

https://www.jiaokey.com/book/detail/13439651.html

书名: 网络购物行为研究 基于在线互动与感知价值的实证分析