

## 第 1 章 電子商務基礎概念

1-1	電子商務環境與重要性.....	4
1-2	使用者行為的改變.....	9
1-3	電子商務的維度.....	10
1-4	電子商務的架構.....	12
1-5	電子商務優勢與限制.....	14
1-6	電子商務新法則.....	15
1-7	電子商務未來趨勢.....	16

個案探討：奇集集..... 18

## 第 2 章 電子市集

2-1	電子市集概念.....	36
2-2	電子市集種類.....	38
2-3	電子市集的競爭力.....	41
2-4	電子化企業流程的衝擊.....	42
2-5	電子化企業的成功與失敗.....	43

個案探討：愛合購..... 47

## 第 3 章 企業經營模式

3-1	企業經營模式型態.....	64
3-2	各類型經營模式綜合比較.....	71

個案探討：Gmarket..... 73

## 第 4 章 網路行銷

4-1	媒體到達率與行銷效果.....	90
4-2	顧客特性與媒體趨勢.....	92
4-3	網路廣告.....	94

# 目錄

4-4	部落格行銷與體驗行銷.....	95
4-5	社群媒體行銷.....	97
個案探討：Threadless.....		99
<b>第 5 章 消費者行為</b>		
5-1	定義消費者.....	112
5-2	消費心理學.....	114
5-3	退貨政策.....	117
5-4	女性消費模式.....	119
個案探討：Lativ.....		122
<b>第 6 章 訂價策略</b>		
6-1	傳統訂價策略.....	134
6-2	免費模式.....	137
6-3	免費心理學.....	141
6-4	免費的法則.....	142
6-5	訂價的策略.....	143
個案探討：PayEasy.....		145
<b>第 7 章 品牌管理</b>		
7-1	電子商務品牌的崛起.....	160
7-2	電子商務品牌.....	163
7-3	網路品牌權益.....	165
7-4	品牌與色彩心理學.....	168
7-5	品牌與非音樂性聲音.....	170
個案探討：Expedia.....		173
<b>第 8 章 顧客關係管理</b>		
8-1	顧客關係管理的重要性.....	184
8-2	電子化顧客關係管理.....	186

8-3	顧客經驗管理.....	190
8-4	建立顧客經驗的四個階段.....	193
8-5	提供獨特的顧客經驗.....	196

個案探討：博客來網路書店..... 198

## 第 9 章 電子化服務與價值網絡

9-1	電子化服務.....	208
9-2	電子化服務品質.....	211
9-3	價值網絡.....	216

個案探討：8891 汽機車交易網..... 219

## 第 10 章 社會網絡

10-1	社會網絡理論.....	232
10-2	社會網絡分析.....	237

個案探討：Twitter..... 244

## 第 11 章 行動商務

11-1	行動商務的概念.....	256
11-2	行動商務的應用.....	257
11-3	行動商務特性.....	258
11-4	企業行動化的步驟.....	259
11-5	RFID 與行動商務的應用.....	261

個案探討：iTunes..... 267

## 第 12 章 電子商務法律

12-1	資訊法律重要性.....	282
12-2	資訊相關法律.....	284
12-3	管理議題.....	292

個案探討：PPS..... 295