

<<移动商务战略联盟研究>>

图书基本信息

书名：<<移动商务战略联盟研究>>

13位ISBN编号：9787030371164

10位ISBN编号：703037116X

出版时间：2013-3

出版时间：科学出版社

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>

<<移动商务战略联盟研究>>

书籍目录

总序 前言 第一篇移动商务价值链及联盟模式 第1章移动商务概述 1.1移动商务概念 1.2我国移动商务发展 1.3移动商务分类与商务模式 1.4本章小结 参考文献 第2章移动商务价值链及组织构成 2.1移动商务价值链理论综述 2.2移动商务价值链架构 2.3移动商务价值链的演化 2.4本章小结 参考文献 第3章移动商务联盟模式 3.1战略技术联盟理论综述 3.2移动商务战略联盟模式 3.3移动商务联盟案例分析 3.4本章小结 参考文献 第二篇移动商务合作伙伴选择 第4章移动商务联盟合作伙伴评价 4.1移动商务合作伙伴评价的基本步骤 4.2移动商务合作伙伴评价指标设计的基本原则 4.3移动商务合作伙伴评价指标构建 4.4移动商务合作伙伴评价过程 4.5本章小结 参考文献 第5章基于Vague—DEA的移动商务合作伙伴预选模型 5.1Vague—DEA理论简介 5.2模糊语言变量的Vague值表示 5.3基于Vague—DEA的合作伙伴预选模型 5.4本章小结 参考文献 第6章基于Vague集的移动商务合作伙伴优选模型 6.1Vague集的扩展运算 6.2基于Vague综合判断的合作伙伴选择模型 6.3基于Vague集群决策的合作伙伴选择模型 6.4本章小结 参考文献 第三篇移动商务联盟协作组织结构 第7章移动商务联盟组织结构评价指标构建 7.1协作组织结构评价流程 7.2评价指标的构建原则 7.3组织评价的一般性指标 7.4移动商务联盟组织结构评价指标体系 7.5本章小结 参考文献 第8章基于IFS的移动商务协作组织结构评价模型 8.1组织结构评价研究综述 8.2模糊语言变量的IFS值表示 8.3协作组织结构方案评价IFS—TOPSIS模型 8.4实例分析 8.5本章小结 参考文献 第四篇移动商务联盟治理 第9章移动商务联盟治理结构的选择 9.1联盟治理结构选择问题 9.2理论模型与假设提出 9.3研究方法 9.4假设检验和模型结果 9.5本章小结 参考文献 第10章激励视角下的移动商务联盟治理模型 10.1移动商务联盟成员企业的激励 10.2模型构建与分析 10.3仿真算例 10.4案例分析 10.5本章小结 参考文献 第11章基于实物期权的移动商务联盟组合动态治理模型 11.1联盟组合治理的提出 11.2移动商务联盟组合的灵活性期权价值分析 11.3移动商务联盟组合的动态治理模型 11.4本章小结 参考文献 第五篇移动商务联盟伙伴关系协调机制 第12章移动商务联盟伙伴关系自组织模型 12.1移动商务联盟组织间关系特征分析 12.2基于Lotka—Volterra方程的移动商务伙伴关系自组织模型 12.3基于稳定态的移动商务伙伴关系分类 12.4本章小结 参考文献 第13章基于博弈论的移动商务联盟伙伴合作模式选择 13.1三种移动商务的伙伴合作模式 13.2基于博弈论的移动商务合作伙伴关系模型 13.3移动商务企业最优伙伴合作模式的选择 13.4移动商务企业的伙伴合作策略 13.5本章小结 参考文献 第14章双渠道合作模式下的移动商务竞合关系模型 14.1基于博弈论的移动商务双渠道竞合关系模型 14.2企业的合作关系分析 14.3企业在移动互联网上的竞争分析 14.4本章小结 参考文献 第15章面向移动商务联盟的伙伴关系协调机制 15.1双渠道合作模式下移动商务伙伴关系的效率 15.2基于单边转移支付的双边伙伴关系协调机制 15.3基于多重单边转移支付的多边伙伴关系协调机制 15.4本章小结 参考文献 附录

章节摘录

版权页：插图：4.可比性和可操作性相结合的原则 所谓可比性，就是评价指标应具有普遍的统计意义，评价结果能够实现评价对象之间的横向比较和时间上的纵向比较的需要。

而可操作性是指在满足评价目的需要的前提下，选择尽可能少的评价指标，以节约时间、提高评价工作效率；同时，所需要的量化指标的基础数据必须易于采集，做到指标量化、计算和综合分析与评价工作具有较强的可操作性。

5.可重构和可扩充性相结合的原则 评价指标体系不仅要有数量上的变化，而且还要有指标内容上的变化，用户可以根据不同的要求对指标体系进行修改、增加和删除，并根据具体情况将评价指标进一步具体化。

4.3 移动商务合作伙伴评价指标构建 移动商务合作伙伴选择过程是一个综合评价的过程。

为了把握市场机遇，移动运营商在选择移动商务合作伙伴时，都要明确外部环境的需求与企业能力之间的差距，确定适当的合作伙伴评价指标，然后以此为依据对候选合作伙伴进行评价，以决定是否选择其作为移动商务动态联盟成员。

4.3.1 合作伙伴评价指标分析 由于合作伙伴选择过程是一个综合评价的过程，任何一家企业在构建虚拟企业时，都要在确定本企业市场中的位置，明确外部环境的需求和本企业的能力之间的差距，建立适当的合作伙伴评价指标体系，以此为依据对候选企业进行核心竞争力的评价，以决定是否选择该企业作为企业联盟的一员（Zhu，2002）。

Geringer（1991）提出了对潜在合作伙伴进行选择的两大标准：任务相关标准和伙伴相关标准。

任务相关标准包括核心能力优势、资金准入、市场和分销网络优势、地理位置优势、人力资源优势、有效的组织机构等；伙伴相关标准则包括合作伙伴所在国家、企业文化、规模机构以及双方是否有互利关系、高层人员之间的信任度等。

该方法认为合作的目的是获得扩展壮大和高效率，它把注意力放在鼓励合作策略的外部 and 具体因素的具体分析上，强调合作各方的匹配。

樊友平和陈静宇（2000）建立了从能力、投入和兼容性三方面进行评价的指标体系，钱碧波（2000）提出了以时间、质量、成本、服务、机遇实现能力、计算机与信息技术应用的先进性、企业创新能力、后勤、环保性以及企业管理水平与文化十大指标作为合作伙伴选择的评价指标体系。

<<移动商务战略联盟研究>>

编辑推荐

《移动商务战略联盟研究》内容涵盖了管理工程、信息管理、信息技术等多个学科，可以作为电子商务、移动商务、信息管理、控制科学、项目管理与企业管理等学者和研究人员的研究参考资料。

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>