

<<移动商务理论与应用>>

图书基本信息

书名：<<移动商务理论与应用>>

13位ISBN编号：9787563519880

10位ISBN编号：7563519882

出版时间：2010-5

出版单位：北京邮电大学

作者：杨兴丽//刘冰//李保升//傅四保

页数：328

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>

## <<移动商务理论与应用>>

### 前言

作为一门新兴学科，移动商务的理论、技术和应用在不断的发展变化，到底什么是移动商务？不少专家和学者自“移动商务”这个字眼出现就开始了跟踪调查和研究，直到现在，人们依然不能确定，移动商务到底能给我们的社会带来什么样的变革？

20世纪有人预言了互联网带给人类的变革，看到今天互联网的发展，就知道它已经远远超出了人类的想象力。

以此类推，在不久的将来，人类对移动商务的预言不但变为现实，还会超出人们的想象。

以技术为基础所创造的商务应用，以信息沟通开始和结束，完全商务自由的一种完美状态，离我们还有多远？

正是这样一种状态使人类对移动商务的未来充满了憧憬，可以说，不管是对技术支撑层面的研发、基础设施的建设，还是应用层面的商业模式探索及市场推广，人类已经开始了大规模的“淘金”活动。

尽管机遇和风险共存，但是抵挡不住人类对未知状态的探索。

不管是“三网融合”的实施愿望，还是物联网的概念，都极大地调动了人们的神经，也反映出移动商务大发展是不可逆转的潮流。

有人说，人类已经步入移动商务时代。

但是，世界各地移动商务发展的步调并不一致，欧洲的一些国家，例如瑞典和芬兰，亚洲的日本和韩国，走在世界移动商务发展的前列，打电话、发短信、移动支付、移动银行、移动互联网和移动定位等众多的移动商务应用已经步入本国人民的生活，对人们的工作方式、生活方式及商业交往关系等都产生了不同于传统商务的影响。

手机是移动商务的重要终端之一，手机的普及必将带动移动商务的发展。

截止到2009年底，全球手机用户达46亿，而欧洲瑞士、芬兰等，早在2004年其手机拥有率已经超过了国家的人口数。

我国在2008年完成电信重组，于2009年初发放了三张3G牌照，在移动通信运营领域做好了向社会推出更多移动商务应用的准备，截止到2009年底，我国手机用户数达7.5亿，市场还有很大的发展空间。

与移动商务发展相对成熟的瑞典、芬兰、日本和韩国等国家相比，我国移动商务发展还有很长一段路要走，既要在技术上不断成熟和完善，还要在市场的培育和推广上加大力度。

而这需要大批的移动商务相关领域的技术和商务管理人才。

为了满足我国移动商务快速发展对移动商务知识、理论及移动商务人才等方面的需求，我们编写了本教程，通过本教程向更多有志于在移动商务领域大显身手的相关人员提供一个知识架构及基本理论。

## <<移动商务理论与应用>>

### 内容概要

本教程将向有志于在移动商务领域大显身手的相关人员提供一个知识架构及基本理论，并在此架构和理论之上，介绍相关的移动商务应用。

对于不熟悉移动商务技术的商务人士来说，可以通过技术基础及相关的技术知识链接，迅速地将移动技术和应用联系，加深对移动商务的发展趋势及应用方向的认识。

而对于了解移动技术的人员来说，可以通过本书的学习，能够更好地将技术和现实的移动商务应用结合起来理解。

## &lt;&lt;移动商务理论与应用&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 概述 第1章 移动商务概述 1.1 移动商务的概念 1.2 移动商务的分类 1.3 移动商务的特征及待解决的问题 1.4 移动商务发展概况 1.5 移动商务的未来发展趋势 本章小结 思考题 本章参考文献

第二篇 理论篇 第2章 移动商务技术基础 2.1 移动通信技术 2.2 无线通信协议 2.3 移动应用平台 2.4 移动通信终端 本章小结 思考题 本章参考文献 第3章 移动商务安全与隐私 3.1 移动商务的安全需求 3.2 移动商务面临的安全问题 3.3 移动商务的主要安全技术 3.4 移动商务的隐私保护和法律保障 本章小结 思考题 本章参考文献 第4章 移动商务价值链 4.1 移动商务价值链 4.2 移动商务价值链构建 本章小结 思考题 本章参考文献

第三篇 应用篇 第5章 移动商务的商业模式 5.1 商业模式基础理论 5.2 移动商务商业模式的内涵及价值链构成要素 5.3 移动商业模式类别划分 5.4 移动商务商业模式特点及典型案例 本章小结 思考题 本章参考文献 第6章 移动商务的应用 6.1 移动商务应用的内涵和特征 6.2 移动商务信息服务 6.3 移动定位服务 6.4 移动娱乐服务 6.5 移动商务的金融服务 6.6 移动商务的企业应用 6.7 移动商务应用的展望 本章小结 思考题 本章参考文献 第7章 移动支付 7.1 移动支付的概述 7.2 移动支付的内涵 7.3 移动支付系统 7.4 移动支付的产业链 7.5 移动支付的运营模式 7.6 移动支付的思考与展望 本章小结 思考题 本章参考文献 第8章 移动商务的行业应用 8.1 移动商务在旅游业中的应用 8.2 移动商务在票务系统中的应用 8.3 移动商务在教育系统中的应用 8.4 移动商务在物流业中的应用 8.5 移动商务在政府工作中的应用 8.6 移动商务在其他行业中的应用 本章小结 思考题 本章参考文献 第9章 移动商务营销 9.1 移动营销概述 9.2 移动商务营销的4I模型 9.3 移动营销的运作模式 9.4 日韩移动营销的成功经验 9.5 我国移动营销存在的问题及解决方案 本章小结 思考题 本章参考文献

章节摘录

插图：1.3.2 移动商务面临的问题移动商务虽然被很多学者和企业所看好，但是其仍然处于婴儿期，仍有很多需要面对和解决的问题，具体表现在以下几个方面。

（1）移动设施方面移动设备一般只有有限的容量，服务提供商们不得不仔细思考哪一个才是他们的目标，并且它们很容易被窃取或被破坏。

手持设备的屏幕小，软件应用粗糙，没有cookie和进程控制功能，如果当前连接断掉，只能重新启动。

所以手持设备的设计必须简单，强调信息和交易的相关性。

而且手持设备一般只有有限的电源和低带宽通信速率。

（2）信任与隐私方面用户在对待隐私问题方面很敏感，他们会因为不信任而拒绝使用这个系统。

一些公司需要他们的客户提供一些个人信息，包括人口统计特征信息、消费形态或者产品需求信息。

遗憾的是，很多时候消费者不知道他们的这些个人信息将会被作怎么样的处理。

目前针对这样的问题有两种解决方法：要么使消费者了解自愿提供这些信息的好处；要么给予一些物质刺激以吸引消费者。

（3）管理与实现方面仅有技术并不能解决所有问题，创造收益，还要联系到涉入商务系统中的人。

消费者厌恶总是收到主动提供给他们的、且他们并不想要的大量的短信。

获得用户的信任与许可是销售人员面临的重要挑战。

消费者更容易相信他们的服务提供商所发出的短信，所以服务提供商应为用户提供过滤、保护与积极的管理。

（4）安全问题对于移动商务来说，安全问题是最关键的问题。

能否提供安全环境，关系到移动商务的发展。

（5）习惯问题传统商务活动中，消费者已习惯使用信用卡。

如何使消费者将信用卡丢在家中，而使用移动设备来购买商品对移动厂商来说是一个挑战。

<<移动商务理论与应用>>

编辑推荐

《移动商务理论与应用》是普通高等学校经济管理类应用型规划教材。

<<移动商务理论与应用>>

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>