

互动性对B2C环境下信任及购买行为倾向影响

作者：唐嘉庚著

出版社：北京：经济科学出版社

出版日期：2007.07

总页数：195

介绍：本书是关于B2C电子商务环境下，消费者对特定在线供应商电子商务网站互动性的感知对

说明：登录教客网(<https://www.jiaokey.com/book/detail/11869648.html>)查找全本阅读方式

互动性对B2C环境下信任及购买行为倾向影响评论地址<https://www.jiaokey.com/book/detail/>

教客网提供千万本图书阅读地址。