

<<舆论监督与名誉权问题研究>>

图书基本信息

书名：<<舆论监督与名誉权问题研究>>

13位ISBN编号：9787301055335

10位ISBN编号：7301055331

出版时间：2002-3

出版时间：北京大学出版社

作者：侯健

页数：177

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>

## <<舆论监督与名誉权问题研究>>

### 前言

2004年我创立了中国网商联盟（www.eshopun.com），并陆续在全国各地组织线下的各种交流会。时至今日，参与人数已累计达上万人。

在交流过程中，我深切体会到网商们对电子商务知识的渴求，每一次火爆场面的背后，都能看到网商们孜孜以求、兢兢业业的奋斗身影。

在初期的网商交流会中，我有意识地邀请了一些做得比较成功的大卖家，请他们介绍自己打造成功网店的经验。

但是随着交流的深入，我逐渐发现了这种方式的弊端，一方面受邀嘉宾可能只在电子商务的某个领域比较强，其他领域则不太熟悉；另一方面，有些经验只是对特定环境下的特殊情况有所帮助，对于开店的新手则不太适合。

为了弥补以上的不足，2008年开始，我依据以往交流会的经验，独立开发了一套具有普遍适用性的网上开店规则课件，并陆续在全国几十个城市做了试演讲，受到了网商们的广泛好评，同时也收集到了很多宝贵的意见，这使得我信心倍增。

特别值得一提的是，北京的一个名叫赵嗣桐的网商，在参加交流会以前，开店两年仅仅40多笔交易，参加了交流会后，短短8个月内，交易量猛增到600多笔，效果非常明显。

尽管交流会举办次数越来越频繁，但还是经常听到一些新朋友抱怨，没能赶上参加或者有些规则没记下来。

为了方便更多的网商们或者即将加入网商行列的朋友们，将自己的店铺做好、做大、做强，我将演讲的课件进行了认真的梳理和总结，希望通过图书的形式，给更多的朋友以帮助。

本书重点讲解基于淘宝网的店铺经营之道，特别适合中小店铺经营者。

书中全面、细致地讲解了电子商务的基本知识、网上店铺装修的方法和技巧，店铺运营的关键和细节，向店铺的潜在买家推销商品的方法，以及提高店铺浏览量和成交率的方法等内容。

最后通过6个真实的店铺案例分析，给出了不同类型的网店在运营过程中所要考虑的各种细节知识。

由于第一次写书，难免存在很多不足，真诚欢迎读者多多批评、指正。

社会每天都在变化，互联网每天都在变化，电子商务更是每天都在变化，随着时间的推移，书中涉及的某些内容也有可能发生变化，不过经营的经验和技巧都是相通的，相信总会给读者一些帮助。

## <<舆论监督与名誉权问题研究>>

### 内容概要

《舆论监督与名誉权问题研究》的创造性在于它较好地论证了以下这一重要的问题，提出了一些不同的观点和具有一定参考价值的立法建议。

近年来在我国，随着公民与舆论对某些政府机构或政府工作人员提出某种批评，出现了有些被批评者诉诸法院，认为这种批评失实，有损其名誉，要求批评者进行民事赔偿的现象。

《舆论监督与名誉权问题研究》对这种现象从法理上加以分析，并提出相应立法建议。

这一研究对我国民主与法治建设具有理论和实践意义。

## 书籍目录

第1章 学好知识 网上开店 11.1 什么是电子商务 21.2 电子商务的几种常见模式 21.2.1 B2B模式 21.2.2 B2C模式 21.2.3 C2C模式 31.2.4 其他模式 3第2章 擦亮眼睛, 选好货源 52.1 选择货源的准备工作 62.1.1 定位货源方向 62.1.2 第一次批发进货过程中的小技巧 62.2 选择货源的几种方式 92.2.1 厂家直接拿货 92.2.2 批发代理货源 92.2.3 DIY货源 102.2.4 厂家代发货 102.2.5 其他货源方式 10第3章 开店平台, 仔细选来 133.1 选择开店平台的三大原则 143.2 当前几大热门平台介绍 143.3 淘宝网开店流程四步曲 153.4 独立商城开店四步曲 28第4章 打造一个完美信用的店铺 294.1 网店信用的3个关键点 304.1.1 基本信用 304.1.2 参考信用 304.1.3 口碑信用 314.2 新开店铺的基本信用实战 314.2.1 店铺首页基本信用 324.2.2 店铺商品名称设置 434.2.3 宝贝描述页面 444.2.4 店铺信息显示的一些忌讳 454.2.5 其他基本信用的技巧 45第5章 开店好帮手, 熟练掌握在线支付 475.1 在线支付概述 485.2 几大银行网上银行的开通步骤 485.2.1 招商银行开通网上银行步骤 485.2.2 建设银行开通网上银行步骤 535.2.3 工商银行开通网上银行步骤 585.2.4 民生银行开通网上银行步骤 615.3 第三方支付在网店中的应用 655.3.1 支付宝在网店中的应用 655.3.2 易宝支付在网店中的应用 69第6章 店铺管理 736.1 发布商品前的准备 746.1.1 商品拍照注意事项 776.1.2 处理商品图片的小技巧 796.1.3 商品图片的管理技巧 866.1.4 商品图片相册的使用 876.1.5 商品分类 956.2 商品发布时的命名规则 986.3 商品发布的定价策略 996.4 商品发布时间差 1056.4.1 商品发布时间差的概述 1056.4.2 计数器在店铺中的使用 1076.4.3 获取店铺访问高峰时间段的技巧 1126.4.4 获取商品访问高峰时间段的数据分析 1136.5 商品描述的注意事项 1156.6 商品发布的注意事项 116第7章 店铺、商品推广全攻略 1197.1 网络营销的一些基本策略 1207.1.1 事件营销 1207.1.2 病毒式营销 1207.1.3 博客营销策略 1227.2 基于淘宝网内部的推广 1237.2.1 打造一个人气宝贝的方法 1237.2.2 合理利用淘宝自身的收费推广 1257.2.3 参与社区及其他各种促销活动 1287.3 主动走出去寻找潜在客户 1307.4 网店外广告投放 133第8章 销售中的小技巧 1358.1 想办法破除沟通障碍 1368.2 多去了解用户的需求 1398.3 坚持价格不让步 1418.4 在销售过程中遇到的其他情况及处理技巧 141第9章 售后服务的小技巧 1459.1 主动联系客户 1469.2 发货速度要及时 1469.3 售后服务不可以忽视的一些小技巧 1529.4 管理客户资料 1539.5 定时联系老客户, 挖掘并发展潜在的忠实客户 153第10章 多布的店铺分析 15510.1 店铺概览 15610.2 基本分析 15610.3 首页分析 15710.4 商品描述分析 15810.5 个人空间分析 15910.6 改进建议 160第11章 江苏手机网的案例分析 16111.1 店铺概览 16211.2 基本分析 16211.3 产品描述分析 16311.4 信用评价分析 16411.5 个人空间分析 16511.6 最后分析 166第12章 滇湘源健康食品 生活馆的案例分析 16712.1 店铺概览 16812.2 基本分析 16812.3 产品描述分析 16912.4 个人空间分析 16912.5 其他建议 170第13章 楼梯地毯专卖店分析 17113.1 店铺概览 17213.2 基本分析 17213.3 产品描述分析 17313.4 其他分析 175第14章 贝比衣厨的案例分析 17714.1 店铺概览 17814.2 基本分析 17814.3 产品描述分析 17914.4 个人空间分析 18014.5 其他建议 181第15章 三口农茗店铺的案例分析 18315.1 店铺概览 18415.2 基本分析 18415.3 产品描述分析 18515.4 个人空间分析 18615.5 其他建议 187

章节摘录

插图：第1章学好知识网上开店1.1什么是电子商务几年前，人们曾这样定义电子商务——在商业贸易活动中，通过电子设备辅助实现的商贸活动。

经过几年的发展，人们普遍对基于电子设备的商贸活动提出了相应的质疑。

其他还有一些通过电子设备辅助实现的商贸活动，比如电视购物、电话购物等相关的商贸活动均是通过电子设备完成的，是否也统一称为电子商务？

随着互联网的发展，电子商务的概念越来越清晰，现在我们所说的电子商务通常是指在互联网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不见面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

其他基于电子设备完成的商贸活动，比如电视购物、电话购物等，统称为电子化商务。

1.2电子商务的几种常见模式随着电子商务的发展，人们将电子商务发展的方式分成B2B、B2C、C2C等不同的模式。

编辑推荐

《淘宝网中小店铺决胜之道》是由人民邮电出版社出版的。  
网赚制胜心得——汇聚近百场网商线下交流活动，数千淘宝网真实买家、卖家的交流心得细节决定成败——全方位展示从计划开店起，到店铺做大做强所容易忽略的每一个小细节

<<舆论监督与名誉权问题研究>>

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>