

<<传媒经济学>>

图书基本信息

## <<传媒经济学>>

### 内容概要

本书的议题包括：各种技术因素和市场环境对信息产品定价的影响；生产成本、交易成本、知识产权的经济价值及其相互关系；电信和因特网服务中不同的定价策略对信息产品定价的效应；信息服务项目的组合销售与拆零销售；成本结构的变化与作者、出版商、中介机构之间权益的分配；包括广告在内的互补产品和服务的市场状况及其对信息定价和应用的影响；不同的定价模式和政策及其效应等等。

## <<传媒经济学>>

### 作者简介

布赖恩·卡欣 (Brian Kahin)

哈佛信息基础研究项目 (Harvard Information Infrastructure Project) 的创立人兼主任, 曾在美国政府白宫科技办公室任资深政策分析师, 目前是设在华盛顿哥伦比亚特区的因特网政策研究所的研究员。

哈尔·瓦里安 (Hal R. Varian)

加州大学伯克利分校信息管理和系统学院的院长, 并在该校商学院和经济学系兼职授课。与人合著有《信息规则》(Information Rules) 一书 (1998), 其个人主页是 <http://www.sims.Berkeley.edu/~hal>。

<<传媒经济学>>

书籍目录

- 一、 明日经济的微观经济学猜想
- 二、 网上广告的定价模式
- 三、 在线新闻的盈利模式
- 四、 软件及其他  
体版权保护的经济学问题
- 五、 信息产品的聚合和分解：组合、网站使用许可和微支付系统
- 六、 用网络  
提供信息产品：文章和期刊的最佳定价
- 七、 信息商品的固定费用与单位定价：竞争、均势及价格战
- 八、  
按品级差别定价的信息商品
- 九、 经济学与电子方式访问学术信息

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>