

【作者】	夏禹
【单位】	上海交通大学安泰经济管理学院, 上海
【卷号】	36
【发表年份】	2008
【发表刊期】	11
【发表页码】	4724-4725, 4727
【关键字】	博弈分析; 市场占有率; 网络广告监管
【摘要】	网络广告已逐渐成为消费者了解商品价格、特性与种类的重要信息来源, 其宣传的力度影响着消费者的选择; 但过分依赖网络广告不仅可能将企业自己带入绝境, 还会侵害到消费者的利益。从博弈的角度分析企业网络广告和市场占有率之间的关系, 陷入网络广告恶战的原因, 并对网络广告监管提出一些建议。
【附件】	 PDF下载 <input type="button" value="PDF阅读器下载"/>

关闭