

Fall 2015 施俊吉

jjs@gate.sinica.edu.tw

## 網路經濟學

本課程為「網路產業的經濟學」，內容包含四個部分：一) 網路效果與個案分析，二) 電信經濟與市場競爭，三) 有線電視與媒體產業，四) 網路形成理論。

目的在探討：一) 具網路效果的商品之行銷與市場策略，二) 電信與其他網路產業的競爭政策，三) 廣電媒體市場分析，四) 網路形成的原理。

此課程是網路平台及網路產品的產業經濟學，亦是網路產業之經濟與管制分析。

### 主要教材

1. Wu, Tim (2011), *The Master Switch: The Rise and Fall of Information Empires*, New York: Vintage Books. (中譯本: 吳修銘《誰控制了總開關?》，台北: 行人文化, 2013 年)
2. Rohlfs, Jeffrey H. (2002), *Bandwagon Effects in High-Technology Industries*, Cambridge, MA: The MIT Press.
3. Liebowitz, Stanley (2002), *Re-Thinking the Network Economy: The True Forces that Drive the Digital Marketplace*, New York: Amacom.
4. Shy, Oz (2001), *The Economics of Network Industries*, Cambridge, MA: The MIT Press.
5. Gleick, James (2011), *The Information: A History, A Theory, A Flood*, New York: Pantheon. (中譯本: 賴盈滿譯《資訊》，台北: 衛城出版, 2011 年)
6. Hidalgo, Cesar (2015), *Why Information Grows: The Evolution of Order, from Atoms to Economies*, New York: Basic Books.
7. Demange, G. and M. Wooders (2005), *Group Formation in Economics: Networks, Clubs, and Coalitions*, Cambridge: Cambridge University Press.
8. 施俊吉(2009), “電信互連與接續互惠,”《經濟論文叢刊》, 37(1), 79-102。

9. 施俊吉(2010), 《電信經濟學》, 專書文稿。
10. 施俊吉(2012), “有線電視市場結構與經營區調整政策,” 《人文及社會科學集刊》, 24(2), 165-191。
11. 施俊吉(2012), “7-ELEVEN 也經營行動電話業務,” 研討論文。
12. Shih, Jun-ji (2014), “A Comparative Study of Regulation and Pricing in Mobile Communications,” the American Economic Association Annual Meeting, Philadelphia, PA, January 3-5.

### 課程內容

- I. 網路效果與個案分析：1, 2, 3, 4
- II. 電信經濟學：1, 5, 6, 8, 9, 11, 12
- III. 有線電視與媒體市場：1, 10
- IV. 網路形成理論：7, 8

### 重要網站

- I. NCC: <http://www.ncc.gov.tw>
- II. FCC: <http://www.fcc.gov>
- III. ITU: <http://www.itu.int/net/home/index.aspx>