

碩士學位論文

药物品牌是如何通过他们的网站来与消费者进行沟通的？——案例研究：对 10 家大型制药公司的处方药品牌的网站的观察以及相关管制带来的影响

研究生姓名： 郭振寰

導 師： 卞鷹

專 業： 医药管理

日 期： 2007 年 5 月 31 日



澳門大學中華醫藥研究院

07
300

**HOW DO THE DRUG BRANDS
COMMUNICATE TO CONSUMERS VIA THEIR
WEBISTE? — CASES STUDY: AN
OBSERVATION OF THE PRESCRIPTION
MEDICINE BRANDS' WEBSITES FROM 10 BIG
PHARMACEUTICAL COMPANIES AND THE
REGULATION IMPLICATIONS**

by

Guo Zhen Huan

Master of Science

2007



**Institute of Chinese Medical Sciences
University of Macau**

目录

摘要	II
ABSTRACT	III
第 1 章 背景介绍	1
第 2 章 研究目的与研究方法	4
第 3 章 DTC 网站的疾病教育	7
第 4 章 产品的推介	16
第 5 章 产品的负面信息	24
第 6 章 疾病的预防与生活上的建议和帮助	32
第 7 章 广告手段	40
第 8 章 受众的信息资料的收集	54
第 9 章 让专业知识变得简单和有趣	62
第 10 章 医生的特殊地位	74
第 11 章 总结	84
参考文献	87
致谢	90