

# Ценообразование в интернете

Закон о рекламе.

Закон о защите прав потребителей

Кейс

# Ответьте на вопрос



# Ценообразование – установление цены на товар или услугу

В цену товара/продукта или услуги всегда входят затраты на его/ее создание, логистику и продвижение

В общем случае можно выделить следующие статьи затрат на создание и распространение информационного продукта:

Издержки производства:

- разработка содержания продукта
- Разработка оформления продукта,
- тестирование продукта

Издержки тиражирования

Издержки распространения, в том числе:

Маркетинг

Реклама

Физическая доставка продукта потребителю.

# Ценовая дискриминация. 3 степени

1

Каждому покупателю товар продается по особой цене(рынок ПО,)

2

Цена зависит от количества приобретенного товара:чем больше купить, тем ниже цена (интернет-услуги по подписке)

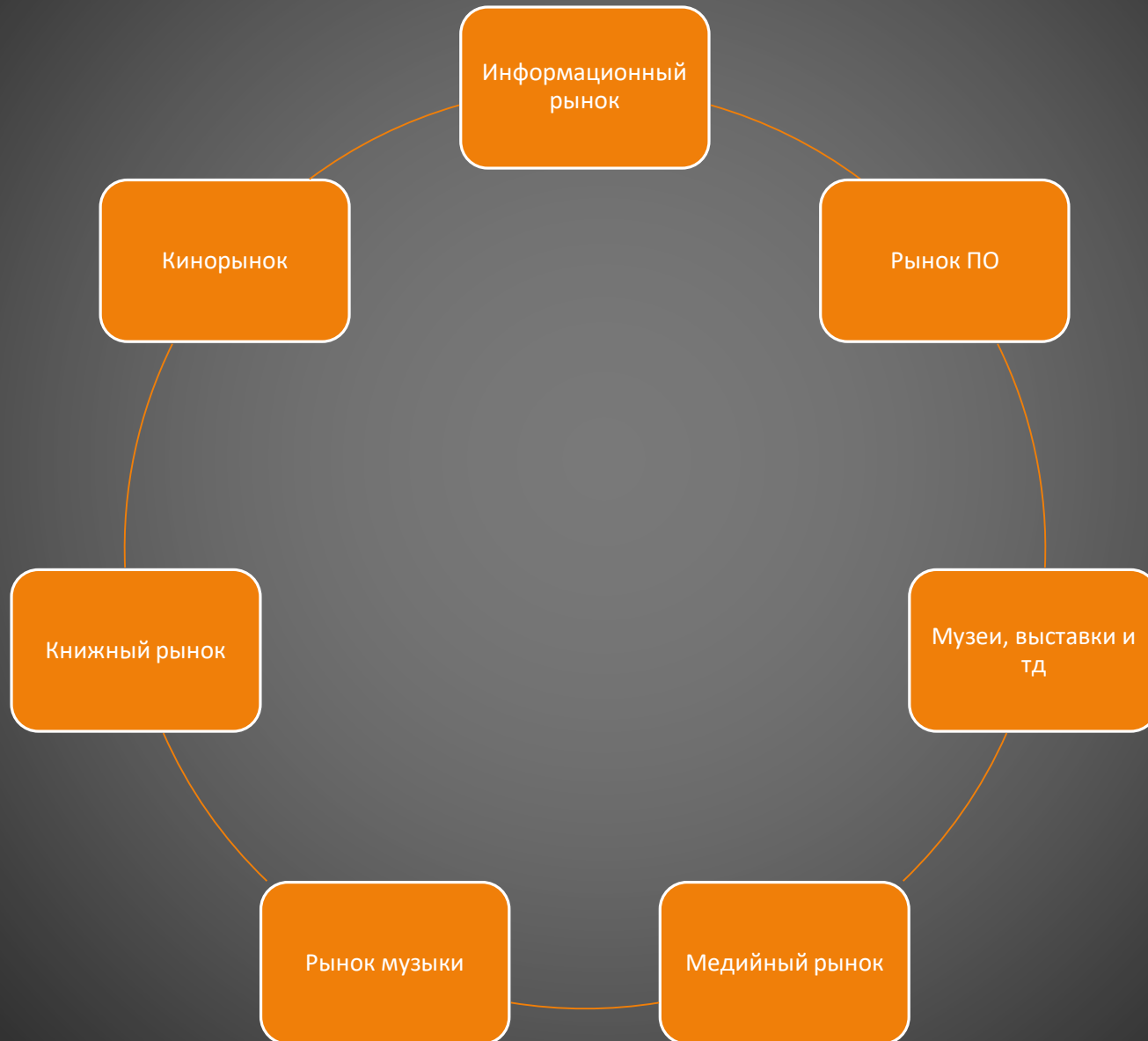
3

Цена различна для разных групп покупателей(повсеместно)

## Ценовая дискриминация возможна при 2-х условиях:

- 1. продавцу удалось выявить на рынке сегменты покупателей с разной чувствительностью к цене (эластичность спроса по цене)
- 2. продавец смог создать барьеры, не позволяющие пользователям из «дорогого» сегмента переключиться на товары или услуги, изначально предназначенные для «дешевого» сегмента

# Конфликт – соблюдение авторских прав



Смысл информации означает, что  
сообщение тем или иным способом понято  
получателем.

Смысл зависит от того, кто смотрит.

