

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/78586>

Тип работы: Реферат

Предмет: Право

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 Ценовая политика ИКТ-продукта 4

1.1 Современный рынок информационно-коммуникационных технологий 4

1.2 Особенности ценовой политики 7

2 Потребительская ценность ИКТ-продукта 10

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 16

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 17

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Стремительный рост информационного сектора экономики в XXI веке обусловил необходимость формирования эффективных механизмов развития информационного рынка. Для понимания всей системы экономических отношений, изменяющихся и возникающих под влиянием информационных технологий, необходимо дальнейшее развитие теории стоимости и цены на информационные продукты и услуги. Цена была и остается основным инструментом, который обеспечивает повышение эффективности производства, а также единство интересов субъектов рыночных отношений. На основе выявления сущностных особенностей ценообразования, определения структуры цены, ценовых пропорций формируется основа для анализа функционирования информационного рынка, возможностей и перспектив развития информационной экономики. Это, в свою очередь, обуславливает необходимость создания теоретических предпосылок для дальнейшего развития практического механизма ценообразования на информационные продукты и услуги.

Цель исследования – изучить и проанализировать ценовую политику и потребительскую ценность ИКТ-продукта.

Задачи исследования:

- 1) изучить ценовую политику ИКТ-продукта;
- 2) проанализировать потребительскую ценность ИКТ-продукта.

Объект исследования – ИКТ-продукт.

Предмет исследования – ценовая политика и потребительская ценность.

Работа по структуре состоит из введения, двух глав основного текста, заключения и списка использованной литературы.

1 Ценовая политика ИКТ-продукта

1.1 Современный рынок информационно-коммуникационных технологий

Рынок информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) включает в себя сегменты услуг связи и информационных технологий (компьютеры, сетевое оборудование, программное обеспечение, ИТ-услуги).

Часто ИТ включают в более широкое понятие - инфокоммуникационные технологии (ИКТ), которое объединяет в себя информационные технологии и услуги связи.

Вот как рассматривает структуру мирового рынка ИКТ компания Forrester Research.

Рисунок 1 - График, отражающий динамику роста рынка ИКТ и мирового ВВП

17 января 2019 года стали известны компании с наибольшими расходами на информационные технологии (оборудование, программное обеспечение, услуги) за предыдущий год. Данные газете The Wall Street Journal

предоставили аналитики International Data Corp. (IDC).

Лидером по ИТ-бюджетам по итогам 2018 года стала Amazon с результатом в \$13,6 млрд. В тройку лидеров вошли материнский для Google холдинг Alphabet и ритейлер Walmart с близкими технологическими затратами — на уровне \$12 млрд.

Рисунок 2 - Компании с наибольшими ИТ-расходами в 2018 году, данные IDC

На четвертом месте в рейтинге компаний, которые больше других тратят на ИТ, расположился финансовый холдинг JPMorgan Chase с расходами в размере \$9,2 млрд в 2018 году. Примерно такой же показатель зарегистрирован у Microsoft. В Bank of America годовые ИТ-затраты измерялись \$8,4 млрд, в Facebook — \$7,9 млрд, в AT&T — \$7 млрд, в Wells Fargo и Citigroup — по \$6,6 млрд.

По словам аналитика IDC Дэвида Ланцмана (David Lantsman), на серверы и другую инфраструктуру для дата-центров пришлось большая часть ИТ-расходов Amazon и Google, поскольку компании продают облачные

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лутошкин И.В., Парамонова А.А. Анализ влияния цифровых технологий на развитие национальной экономики // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2019. Т. 12, № 4. С. 20–31.
2. Наливайченко Е.В. Развитие цифровой экономики в условиях глобализации : монография / Е.В. Наливайченко. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2019. – 276 с
3. Московцев А. Ф., Великанов В. В., Симонов А. Б., Икпеме А. В. Планирование объема реализации новой продукции при неопределенности уровня спроса // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 2, (23). С. 179—184.
4. Управление качеством: учебник для студентов вузов, обучающихся по спец. «Экономика и управление» (080100) / Под ред. С.Д. Ильенкова. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. 352 с.
5. Щеголев В.В. Методы оценки потребительской ценности промышленной продукции // Научно-технические ведомости СПбГПУ. 2012. № 3(99). С. 197-201.
6. ИТ (мировой рынок). - <http://www.tadviser.ru/index.php/>
7. Особенности ценообразования на информационные продукты и услуги. - https://elibrary.ru/query_results.asp
8. Управление производством // Цифровое производство: сегодня и завтра российской промышленности. 2018. № 3. URL: http://www.up-pro.ru/library/information_systems/production/cyfra-russia.htm

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/78586>