

97-2 大葉大學 選課版課綱

基本資訊

課程名稱	定價策略	科目序號 / 代號	1746 / BAM3074
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	大學第二部4年1班
任課教師	鄭焜中	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(二)34 / B104 (三)2 / B305	授課語言別	中文

課程簡介

本課程討論也許是企業決策中最重要的一項決策-訂價

本課程強調理論與實務並重, 除介紹一些與訂價有關的經濟學與消費者行為理論外; 重點將置於訂價策略的實務面

A. 企管系教育目標

1. 培育具管理專業能力、擅長溝通、團隊合作、具道德關懷勇氣及創造力之中堅管理人才，而為企業所樂於雇用。
2. 落實管理理論與經營實務並重之學習。

B. 管理學院/企管系核心能力：[占課程之比重]

管理學院	企管系
S (Problem-solving, 解決問題能力)	-- Cooperation、Creativity(團隊合作、創造力)：[20%]
C (Communication, 溝通能力)	-- Communication(溝通能力)：[20%]
E (Ethics, 倫理觀)	-- Concernment (道德關懷)：[10%]
P (Profession專業能力)	-- Capability (管理專業能力)：[50%] 一般管理能力、整合創新能力、診斷改善能力、 策略規劃能力

依據企管系教育目標，本課程以培養學生行銷管理訂價決策之專業能力為主要目標(P)，透過課堂講授方式，傳達訂價決策之專業知識。同時，為培養學生之倫理觀(E)，課程中亦將加入企業社會責任之倫理素養等題材，使學生未來於職場能秉持職業倫理與道德執業。課程亦將規劃個案討論，企盼藉由小組討論，訓練學生團隊合作之能力，透過團隊合作，發掘問題，並藉由課堂所吸收之專業知識，尋求解決問題之道，以培育學生解決問題之能力(S)。小組討論之結果將由口頭報告與書面報告呈現，以訓練學生之溝通能力(C)。

課程大綱

- The Economics of Price Determination 訂價的經濟面
- The Economics of Information 資訊的經濟性
- Signaling and Managing Competition 競爭管理
- Behavioral Foundations for Pricing Management 訂價管理的行為面
- Pricing Practices that Endanger Profits 訂價實務

Price and Customers' Perceptions of Value價格與價值
Customer Value Analysis顧客價值分析
Research Methods for Pricing Decisions訂價決策的研究方法
The Role of Costs in Pricing Decisions成本於訂價策略扮演的角色
Using Leverage for Developing Pricing Strategies
Marketing Profitability Analysis行銷獲利力訂價
Experience Curve Pricing經驗曲線訂價
Pricing Over the Product-Life Cycle產品生命週期訂價
Product-Line Pricing產品線訂價
Developing a Price Structure價格結構
Pricing to and Through the Channel
Legal Aspects of Pricing Strategy定價策略的法律面
Auctions and Competitive Bidding拍賣及競標
Extending the Concepts of Strategic Pricing
Pricing on the Internet網路訂價
Guidelines for Better Pricing Decisions 訂價決策架構

基本能力或先修課程

管理經濟學
行銷學
管理會計