

朝陽科技大學
104學年度第1學期教學大綱

當期課號	3182	中文科名	價格決策分析
授課教師	陳祺富	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業選修	開課班級	四年制3年級 B班
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生能力指標關聯度

核心能力	能力指標	高度關聯	中度關聯	低度關聯
行銷專業實戰能力	進行行銷管理例行作業及溝通，以確保與相關單位溝通及作業順暢。		✓	
有良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力	人際互動。			✓
職場所需之語文能力	溝通表達。		✓	

本課程培養學生下列知識：

建立正確的定價概念，教導學習者能夠獲得學理上的專長及運用價格策略的能力，成為高明的定價者。

1. 進行行銷管理例行作業及溝通，以確保與相關單位溝通及作業順暢
2. 運用及評估市場相關資訊，擬定整體行銷策略
3. 人際互動
4. 溝通表達

Set up correct pricing concept, ability to teach the specialty that learners can be studied the science and application price strategy, person who becomes power pricer.

每週授課主題

- 第01週：課程介紹與說明教學方式、成員分組
- 第02週：價格的本質及定價的基礎概念
- 第03週：影響定價策略要素與定價程序6步驟（1）
- 第04週：影響定價策略要素與定價程序6步驟（2）
- 第05週：定價成本與損益分析：探討消費者的經濟價值
- 第06週：4種導向定價法（1）
- 第07週：4種導向定價法（2）
- 第08週：產品的首次定價：測量需求和影響消費者行為
- 第09週：價格戰的反擊：制定優於競爭對手的價格？
- 第10週：期中考
- 第11週：免費定價的誘惑
- 第12週：歧視性定價、微定價
- 第13週：行銷產品組合定價
- 第14週：價格決策分析個案探討1
- 第15週：價格決策分析個案探討2
- 第16週：期末專題報告
- 第17週：期末專題報告
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 期中考：20%
- 期末專題報告：20%
- 個案討論：10%
- 課程出席率：30%
- 課程參與討論積極度：10%
- 組員相互評分：10%

證照、國家考試及競賽關係

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

主要教材

1. 書名：定價管理(2版) 作者：戴國良 出版社：五南 ISBN：9789571168463 (教科書)
2. 教師自編教材(自製教材)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

1. 行銷管理
2. 消費者行為

教師資料

教師網頁：無
E-Mail：chifu1119@gmail.com
Office Hour：
分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。