

《定价策略》课程大纲

(2023-24年春季学期)

- 教师：孙琦 (sun.qi@mail.shufe.edu.cn)
- 上课时间：周三15: 25—18: 00
- 上课地点：三教211
- 答疑时间：请邮件预约
- 上财教学网 <http://bb.shufe.edu.cn/>。本课程的所有课程资料和通知等都会发布在上财教学网。
- 教材和课程材料：
 1. 教材：蒂姆·史密斯，《定价策略》，周庭锐、张恩中、赵智行、阳颖 译，中国人民大学出版社。
 2. 教学材料：随堂PowerPoint。
 3. 辅助教材：
 - (1) Don Waldman, Elizabeth Jensen,《产业组织：理论与实践（第四版）》，中国人民大学出版社。
 - (2) 骆品亮，《定价策略（第四版）》，上海财经大学出版社。

● 课程概述：

本课程讲授企业如何为产品和服务定价。传统的定价策略主要基于成本 (cost)、消费者 (customer) 和竞争 (competition) 三个层面，即3C定价策略。本课程着眼于近十年来定价策略的最新研究进展，着重讲授超越3C的定价策略。

通过课程思政建设让学生掌握和运用马克思主义世界观和方法论，教育学生辩证地学习现代商业定价策略，培养学生全面树立社会主义核心价值观，为社会主义市场经济建设培养国际化、复合型、应用型的合格商业人才。课程教学中，结合我国企业定价策略的最新实践，采用案例教学和讨论式教学，综合培养学生分析问题和解决问题的能力，深刻领会党的二十大提出的时代新征程中国共产党的使命任务、深刻领会中国式现代化的中国特色和本质要求、深刻领会社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设等方面的重大

部署，使学生成为应用型、复合型、创新型和具有国际视野的专业人才。

● 考核方式与具体要求

1. 考勤（20%）：本课程将采取随机点名或随堂测验的方式考察学生的出勤情况。根据《上海财经大学本科教学质量管理手册》规定，缺课达到或超过本课程总课时数（48课时）的三分之一（迟到一次记为缺课1课时），将不能参加期末考试。
2. 平时作业（20%）：本课程有定期作业，作业只考核是否上交。
3. 期末考试（60%）：本课程的期末考试为闭卷考试。

● 教学进度：

周次	日期	课程内容	教材对应章节
1	2月28日	课程内容概览 (1) 介绍定价策略在中国和其他国家的发展情况、意义和影响；(2) 定价策略的定义、特征、分类、过程；(3) 定价策略的本质和基本分析框架。	课程介绍 ppt
2	3月6日	营利性定价的财务分析：(1) 交换价值模型； (2) 利润的价格敏感性分析	第1、2 章
3	3月13日		
4	3 月20日	基于顾客感知的定价策略；联合分析 (1) 理解定价策略中的联合分析；(2) 理解联合分析的统计学基础；(3) 比较并正确使用联合分析并进行相关定价策略分析。	第3 章 作业 (一)
5	3月27日	基于产品价值的定价策略 (1) 理解产品价值，以及从产品价值角度理解定价策略；(2) 理解定价策略的价值问题。(3) 理解价值定价的优劣势；(4) 价值定价策略的具体实现方式与风险。	第4 章
6	4月3日	消费者心理与产品定价 (1) 理解消费者心理所适用的定价策略的特殊性；(2) 定价策略中所用到的心理学理论的基础分析；(3) 心理定价策略基本思路与表现形式；(4) 心理定价策略中体现出来的基本战略分析框架。	第5 章 作业 (二)
7	4月10日		
8	4月17日	价格分割与价格促销 (1) 理解价格分割与促销的重要性；(2) 理解价格分割和促销的合理性与特殊性；(3)	第6、7、8 章
9	4月24日		

		理解不用定价要素的角色与作用；（4）相关定价策略团队的运作的基础。	
10	5月1日	五一假期	
11	5月8日	价格结构、多重定价与捆绑定价 附加价格结构与版本管理	第9、12 章
12	5月15日		
13	5月22日	(1) 价格结构在定价策略中占据重要位置， 让学生了解价格结构的基本运作特点；（2） 理解价格结构与企业其他策略之间的互动关 系；（3）理解价格结构对企业发展的双刃剑 作用。	第10、11 章 作业（三）
14	5月29日		
15	6月5日	订阅定价、收益管理、价格战 （1）包括订阅定价、收益管理、价格战在内 的其他定价策略在定价策略中占据重要位置， 让学生了解相关策略的基本运作特点；（2） 理解相关定价策略与其他企业策略之间的互动 关系；（3）理解相关定价策略对企业发展的 双刃剑作用。	第13、14 章
16	6月12日	期末考试	