

《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 and 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所生产的产品和所提供的服务定价。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
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	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	第3章
5	3月27日	基于产品价值的定价策略	第4章
6	4月3日	消费者心理与产品定价	第5章
7	4月10日		
8	4月17日	价格分割与价格促销	第6、7、8章
9	4月24日		
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	第9、12章
12	5月15日		
13	5月22日	附加价格结构与版本管理	第10、11章
14	5月29日		
15	6月5日	订阅定价、收益管理、价格战	第13、14章
16	6月12日	期末考试	