

單元名稱	價格管理	授課教師	吳雪蓮	班 級	休閒二	學生數	33 人
教材來源	行銷學 曾光華 東大圖書公司	日期	106/12/26		授課時間	50 分鐘	
教材研究	行銷學在休閒觀光產業的應用						
學生學習條件之分析	<p>1、實用技能學程學生，上課需多舉例，讓學生與生活經驗作連結，方能將行銷觀念落實於生活中並做應用。授課時需與學生持續互動，才能維持學生的學習意願及動機。</p> <p>2、打工的學生人數多，學生回家沒時間複習功課，授課過程需再複習已學過的單元，方能順利連結課程單元。</p> <p>3、學生已學過消費者分析與市場區隔。</p>						
教學方法	影片、投影片、講述法、討論法、問答法						
教學資源	<p>1、曾光華(2006)，行銷管理概論，台北:前程文化</p> <p>2、廖淑伶編譯(2010)，行銷管理，台北:台灣培生教育出版股份有限公司</p>						

		單元目標	具體目標
教學目標	一、認知領域：	<p>1、瞭解價格的意義。</p> <p>2、瞭解價格的特色。</p> <p>3、瞭解影響價格的因素。</p> <p>4、瞭解主要的定價方式。</p> <p>5、瞭解休閒產業運用而訂價策略達成市場區隔及永續經營的目標。</p>	<p>1-1 運用個案分析，瞭解並說出價格的意義。</p> <p>1-2 運用個案分析，瞭解並正確說出價格的特色。</p> <p>1-3 運用個案分析，瞭解並正確說出影響價格的因素。</p> <p>1-4 運用個案分析，瞭解並正確說出主要的定價方式。</p> <p>1-5 運用個案分析，瞭解並正確說出休閒產業運用定價策略而達成市場區隔的目標。</p>
	二、情意領域：	<p>1、用心體會透過定價策略及價格管理，建立品牌形象。</p>	<p>2-1 體會價格管理及定價策略如何建立企業品牌形象。</p> <p>2-2 體會價格管理如何化危機為轉機。</p> <p>2-3 體會休閒產業以客為尊的敬業態度，對價格管理的影響。</p>
	三、技能領域：	<p>1、在日常生活中如何解讀商品價格的意義。</p> <p>2、分析產品屬性對消費者的意義。</p>	<p>3-1 說出在全聯與楓康超市的價格管理。</p> <p>3-2 說出在特徵價格理論對產品價格管理的意義。</p>

教學目標	教學活動	教具	時間	評鑑	備註
2-1 2-2	壹、準備活動： 一、複習推廣意義及推廣工具 二、引起動機：蘋果手機一隻多少錢？	單槍投影機、 電腦、投影筆 學習單		學生能說出推廣工具	
1-1 1-2 2-1 2-2	貳、發展活動： 一、價格的特色及重要性 1. 老師說明。 2. 新聞解析。 3. 引導討論。 4. 老師說明。 5. 填寫學習單	單槍投影機、 電腦、投影筆 學習單	10	學生能說出對每則新聞自己的看法及對應的價格管理特色。	
1-3 2-2 2-3	二、影響價格因素的重要性 1. 老師說明特徵價格理論。 2. 新聞解析。 3. 老師說明。 4. 填寫學習單	單槍投影機、 電腦、投影筆 學習單	10	學生能說出對每則新聞自己的看法及對應的特徵價格屬性重要性。	
1-4 1-5 2-2 2-3 3-1 3-2 3-3	三、定價方式的重要性 1. 老師說明。 2. 新聞解析。 3. 引導討論。 4. 老師說明。 5. 填寫學習單	單槍投影機、 電腦、投影筆 學習單	10	學生能說出對每則新聞自己的看法及對應的主要定價方式。	
1-1 1-2 1-3 1-4 2-1 2-2 2-3 3-1 3-2	參、綜合活動： 1. 重點歸納：利用問答方式，讓學生歸納價格的特色、重要性及主要的定價方式。 2. 指導學生如何完成學習單作業	單槍投影機、 電腦、投影筆 學習單	10	學生能說、寫出產品價格特色、重要性及主要的定價方式所對應的產品。	

