

2010年初级经济师工商管理预习辅导市场营销与品牌建设(7)  
经济师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文  
[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/647/2021\\_2022\\_2010\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_88\\_9D\\_c49\\_647129.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/647/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E5_88_9D_c49_647129.htm) 价格策略 1.定价目标---通过制定一定水平的价格所达到的预期目标。(1)利润目标 (2)销售额目标 (3)市场占有率目标 (4)价格竞争目标 (5)价格稳定目标  
2.定价方法---在特定的定价目标指导下，依据对成本、需求、竞争状况的研究，运用价格决策理论对产品价格进行计算的具体方法。(1)成本导向定价法---最基本、最常用的方法。最常见的是成本加成定价法----单位成本加上一定比例的利润率来定价。 单位产品价格=单位产品成本×(1+目标利润率)  
(2)需求导向定价法---根据市场需求和消费者对产品感觉差异来定价 认知价值定价法---根据消费者对产品感受定价 需求差异定价法---同一产品采取两种以上不同价格，可以因时间、地点、顾客等因素而异 (3)竞争导向定价法---依据市场上同类竞争产品价格而定 随行就市定价法---根据同行业平均价格定价 差别竞争定价法---以主动竞争为特点，高于或低于同质竞争者的价格。 密封竞标定价法---投标交易 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)