



دانشگاه کردستان

فرم طرح درس

اطلاعات اولیه درس

عنوان درس	مقطع	نام مدرس	زمان بندی هفتگی	نوع درس	تعداد واحد درس
مدیریت درآمد و تقاضا (۷۰۱۸۱۷۶)	کارشناسی ارشد	انور محمودی	دوشنبه: ۱۳:۰۰ - ۱۶:۰۰	<input type="checkbox"/> اجباری <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری	۳

محدوده علمی درس

مدیریت عرضه و تقاضا بخش بزرگی از تلاش‌های مدیریتی هر بنگاه را برای رسیدن به سود بیشتر تشکیل می‌دهد. بر خلاف اکثر درس‌های مهندسی صنایع که بر روی بخش عرضه تمرکز دارند، تمرکز اصلی این درس بر روی بخش تقاضا است. یکی از مهمترین محرک‌های تقاضا، قیمت است و از این رو، یکی از به‌روش‌های مدیریت تقاضا و افزایش درآمد، مدیریت قیمت است. قیمت می‌تواند بر اساس زمان‌های مختلف، کلاسهای مختلف مشتری و مکان‌های مختلف تنظیم شود. بخش اعظم این درس به معرفی تکنیک‌های مختلف قیمت گذاری جهت مدیریت تقاضا و کسب درآمد بیشتر می‌پردازد.

ظهور تکنیک‌های مدیریت درآمد و تقاضا از دهه ۸۰ میلادی و در صنایع هواپیمایی آمریکا بوده است. زمانی که این شرکت‌ها بنابه تغییر قوانین و فشار رقابت به فکر ارائه کلاس‌های مختلف قیمتی افتادند. این تکنیک‌ها سپس در صنایعی از قبیل مدیریت هتل‌ها، تورهای مسافرتی و ماشین‌های اجاره‌ای به کار برده شد. امروزه با ظهور کسب و کارهای اینترنتی و همچنین کالاهای با تکنولوژی بالا که به سرعت در حال تغییرند، کاربرد تکنیک‌های مدیریت درآمد بیش از پیش شده است. به طوری که این تکنیک‌ها در زندگی روزمره ما به وضوح دیده می‌شوند. مثلاً ایده‌های موجود در انواع حراج‌های اینترنتی، تخفیف‌های مختلف در فروشگاه‌های بزرگ، پایین آمدن قیمت کالاهایی مانند گوشی موبایل به مرور زمان، ارائه انواع ورژن‌های یک نرم‌افزار با اختلاف قیمت زیاد و تفاوت کم و ... در تکنیک‌های موجود در مدیریت درآمد و تقاضا نهفته است.

پیش نیازها

(۱) ندارد

هم‌نیازها

ندارد

نرم‌افزار (مهارت‌های عملی) مورد استفاده در طول دوره

روش آموزش

سخنرانی ■ پرسش و پاسخ ■ حل تمرین ■ کار عملی (آزمایشگاه یا کارگاه) □ کار با نرم‌افزار □

منابع درس

- 1) Robert L. Phillips (2005), Pricing and Revenue Optimization, Stanford University Press.
- 2) Kalyan T. Talluri, Garret J. Van Ryzin (2004), The Theory and Practice of Revenue Management, Springer.
- 3) Ingene, C. A., & Brown, J. R. (Eds.). (2019) Handbook of Research on Distribution Channels. Edward Elgar Publishing.
- 4) Rao, V. R. (Ed.). (2009). Handbook of pricing research in marketing. Edward Elgar Publishing.

اهداف درس

اهداف کلی

- (۱) آشنایی با محرکهای تقاضا و مدیریت آن در جهت افزایش سود
- (۲) شناخت روابط قیمت-تقاضا-عرضه
- (۳) آشنایی با جایگاه موضوع در تحقیقات مهندسی صنایع

مهارت‌هایی (شغلی، تحصیلی) که دانشجو در پایان دوره فرا می‌گیرد

- (۱) ارائه استراتژی‌های قیمت گذاری
- (۲) شناخت نحوه بخش بندی مشتریان، تمییز قیمت و قیمت گذاری پویا
- (۳) شناخت نحوه کنترل ظرفیت به کلاس‌های مختلف مشتری
- (۴) کسب توانایی جهت انجام پروژه‌های پژوهشی

ارزشیابی درس

سایر روش‌های ارزشیابی	امتحان میان‌ترم	امتحان پایان‌ترم
حل تمرین: ۲ نمره پروژه تحلیل مقاله و ارائه کلاسی: ۴ نمره نمرات تشویقی: ۰,۶ (اضافه بر ۲۰ نمره، جهت حضور موثر در کلاس و پاسخ به سوالات)	میان‌ترم <input checked="" type="checkbox"/> ۶,۵ نمره هفته اول اردیبهشت	(۷,۵) نمره طبق تاریخ رسمی مندرج در تقویم آموزشی برگزار خواهد شد.

آدرس‌های الکترونیکی لازم

آدرس الکترونیکی برای تماس با استاد
anwar.mahmoodi@gmail.com
آدرس فضای ابری که منابع و تکالیف قرار می‌گیرند
<https://vclass.uok.ac.ir/>

ساعت مراجعه دفتری و رفع اشکال

شنبه‌ها: ۱۱:۳۰ - ۱۲:۳۰ دوشنبه‌ها: ۹:۳۰ - ۱۰:۳۰

کلاس حل تمرین

ندارد

قوانین

(۱) دانشجویان لحاظ حضور باید حداقل حضور لازم بر اساس قوانین آموزشی دانشگاه را رعایت کنند، در غیر اینصورت حذف می‌شود.

تکالیف

شش سری تکلیف و براساس زمانبندی اعلامی در طول ترم داده خواهد شد.

زمان بندی هفتگی

شماره هفته	سرفصل‌ها	تحویل تکالیف	تکالیف محوله پایان کلاس	نمره
۱	نام سرفصل: مقدمه ای بر قیمت گذاری و مدیریت درآمد آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۱ و ۲ از منبع ۱	-		
۲	نام سرفصل: بهینه سازی قیمت و توابع تقاضا آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۳ از منبع ۱ - فصل ۷ از منبع ۲			
۳	نام سرفصل: بهینه سازی قیمت و توابع تقاضا - Price Differentiation آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۴ از منبع ۱ - فصل ۷ از منبع ۲		تکلیف سری ۱	
۴	نام سرفصل: Dynamic Pricing آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۵ از منبع ۲ - فصل ۱۰ از منبع ۱	تحویل تکالیف سری ۱		
۵	نام سرفصل: Dynamic Pricing آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۵ از منبع ۲ - فصل ۱۰ از منبع ۱			
۶	نام سرفصل: Dynamic Pricing آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۵ از منبع ۲ - فصل ۱۰ از منبع ۱		تکلیف سری ۲	
۷	نام سرفصل: تصمیم ظرفیت تک منبعی آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۲ از منبع ۲ - فصل ۶ از منبع ۱	تحویل تکالیف سری ۲	تکلیف سری ۳	
۸	نام سرفصل: تصمیم ظرفیت تک منبعی - تصمیم ظرفیت در شبکه آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۲ و ۳ از منبع ۲ - فصل ۶ از منبع ۱	تحویل تکالیف سری ۳		

	امتحان میانترم		نام سرفصل: تصمیم ظرفیت در شبکه آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۲ و ۳ از منبع ۲ - فصل ۸ از منبع ۱	۹
	تکلیف سری ۴		نام سرفصل: رزرو مازاد - Overbooking آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۹ از منبع ۱ - فصل ۴ از منبع ۲	۱۰
	تکلیف سری ۵	تحویل تکالیف سری ۴	نام سرفصل: رزرو مازاد - Overbooking آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۹ از منبع ۱ - فصل ۴ از منبع ۲	۱۱
			نام سرفصل: کاربرد تئوری بازی در قیمت گذاری - ارائه دانشجویان آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۸ از منبع ۲ - منابع ۳ و ۴	۱۲
		تحویل تکالیف سری ۵	نام سرفصل: کاربرد تئوری بازی در قیمت گذاری - ارائه دانشجویان آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۸ از منبع ۲ - منابع ۳ و ۴	۱۳
			نام سرفصل: قیمت گذاری در کانالهای بازار - ارائه دانشجویان آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۸ از منبع ۲ - منابع ۳ و ۴	۱۴
			نام سرفصل: قیمت گذاری در کانالهای بازار - ارائه دانشجویان آدرس مباحث در کتب منبع: فصل ۸ از منبع ۲ - منابع ۳ و ۴	۱۵