

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۷	مقدمه مترجم
۹	راهنمای تکنیک‌های قیمت‌گذاری و مدیریت بازده
۹	مقدمه
۱۱	فصل ۱: معرفی تکنیک‌های قیمت‌گذاری
۱۲	۱-۱ - خدمات، سیستم رزرواسیون و ارزش مشتری
۱۲	۱-۱-۱ - تعاریف خدمت
۱۳	۲-۱-۱ - سیستم‌های رزرواسیون پویا
۱۵	۳-۱-۱ - ارزش مشتری
۱۷	۲-۱ - بازیابی تکنیک‌های قیمت‌گذاری
۱۷	۱-۲-۱ - چرا تفاوت در قیمت‌گذاری ضروری است؟
۱۹	۲-۲-۱ - طبقه‌بندی تقسیم‌بندی بازار
۲۰	۳-۲-۱ - طبقه‌بندی تفاوت قیمت‌گذاری
۲۲	۳-۱ - مدیریت درآمد و به‌حداکثررسانی سود
۲۳	۴-۱ - نقشی که ظرفیت ایفا می‌کند
۲۴	۱-۴-۱ - مدیریت بازدهی مبتنی بر قیمت مبتنی بر محدودیت‌های ظرفیت
۲۵	۲-۴-۱ - مدیریت بازدهی مبتنی بر کمیت در مقابل مدیریت بازدهی مبتنی بر قیمت
۲۶	۵-۱ - مدیریت بازدهی، رفاه مشتری و ضد انحصارطلبی
۲۸	۶-۱ - تکنیک‌های قیمت‌گذاری و استفاده از کامپیوتر
۲۹	۷-۱ - تحقیقات و روش‌های ارائه
۳۰	۸-۱ - نشانه‌ها و علائم
۳۵	فصل ۲: تقاضا و هزینه
۳۶	۱-۲ - نظریه تقاضا و تفاسیر
۳۶	۱-۱-۲ - تعریف
۳۷	۲-۱-۲ - خدمات تفسیر خدمات مفید
۴۰	۳-۱-۲ - توابع کشش و درآمد
۴۱	۲-۲ - توابع گسسته تقاضا
۴۴	۳-۲ - توابع تقاضای خطی

۴۴	۱-۳-۲ تعریف
۴۴	۲-۳-۲ تخمین توابع تقاضای خطی
۴۷	۳-۳-۲ کشش و درآمد برای تقاضای خطی
۴۸	۴-۲ توابع تقاضای کشش ثابت
۴۸	۱-۴-۲ تعریف و توصیف
۴۹	۲-۴-۲ برآورد توابع تقاضای کشش ثابت
۵۲	۳-۴-۲ کشش و درآمد برای تقاضای کشش ثابت
۵۳	۵-۲ جمع توابع تقاضا
۵۳	۱-۵-۲ جمع کردن توابع تقاضای واحد
۵۵	۲-۵-۲ جمع توابع تقاضای پیوسته
۵۸	۶-۲ تقاضا و جلوه‌های شبکه
۶۱	۷-۲ تقاضا برای جانشینان و مکمل‌ها
۶۵	۸-۲ مازاد مصرف‌کننده
۶۶	۱-۸-۲ مازاد مصرف‌کننده: توابع تقاضای گسسته
۷۱	۹-۲ هزینه تولید
۷۶	۱۰-۲ تمرین
۸۱	فصل ۳: تکنیک‌های پایه‌ای قیمت‌گذاری
۸۲	۱-۳ قیمت‌گذاری بازار واحد
۸۳	۱-۱-۳ تنظیم قیمت تحت تقاضای گسسته
۸۴	۲-۱-۳ تنظیم مقدار تحت تقاضای خطی پیوسته
۸۶	۳-۱-۳ تنظیم قیمت تحت تقاضای خطی پیوسته
۸۷	۴-۱-۳ تقاضای کشش - ثابت پیوسته
۸۸	۲-۳ بازارهای چندگانه بدون تبعیض قیمت
۸۹	۱-۲-۳ هزینه‌های ثابت بازار خاص و حذف بازارها
۹۱	۲-۲-۳ بازارهای چندگانه تحت تقاضای تک واحدی
۹۳	۳-۲-۳ تقاضای خطی: مثال برای دو بازار
۹۵	۵-۲-۳ تقاضای خطی: فرمول‌سازی کلی برای دو بازار
۹۶	۳-۳ بازارهای چندگانه با تبعیض قیمت
۹۶	۱-۳-۳ ظرفیت نامحدود: تقاضای خطی
۹۸	۲-۳-۳ ظرفیت نامحدود: تقاضای کشش - ثابت

۳-۳-۳	تبعیض قیمت تحت محدودیت ظرفیت	۱۰۰
۳-۴-۳	قیمت گذاری تحت رقابت	۱۰۵
۳-۴-۳	۱- هزینه جایگزینی در میان کالاهای همگن	۱۰۶
۳-۴-۳	۲- هزینه های جایگزینی بین برندهای متمایز	۱۱۰
۳-۴-۳	۳- تقاضای پیوسته با برندهای متمایز	۱۱۲
۳-۵-۳	۵- روش های قیمت گذاری متداول	۱۱۵
۳-۵-۳	۱- فرمول های سربه سری	۱۱۶
۳-۵-۳	۲- روش های قیمت گذاری افزون بر هزینه	۱۱۸
۳-۶-۳	۶- خدمات عمومی تحت نظارت	۱۲۱
۳-۶-۳	۱- تخصیص هزینه ثابت در سراسر بازار هنگام سربه سری	۱۲۱
۳-۶-۳	۲- تخصیص هزینه ثابت: قیمت گذاری رمسی	۱۲۵
۳-۷-۳	۷- تمرین ها	۱۲۸
فصل ۴: قیمت گذاری فروش بسته ای و فروش چفتی		
۴-۱-۴	۱- فروش بسته ای	۱۳۶
۴-۱-۴	۱-۱- فروش بسته ای تکی برای یک نوع مصرف کننده	۱۳۷
۴-۱-۴	۲- فروش تک بسته ای با دو مصرف کننده متفاوت	۱۴۳
۴-۱-۴	۳- فروش چند بسته ای	۱۴۶
۴-۲-۴	۲- فروش چفتی	۱۴۹
۴-۲-۴	۱-۲- فروش چفتی: نظریه و مثال ها	۱۵۲
۴-۲-۴	۳-۲- فروش چفتی ترکیبی	۱۵۷
۴-۲-۴	۴-۲- فروش چفتی چند بسته ای	۱۵۸
۴-۳-۴	۳- تمرین ها	۱۶۰
فصل ۵: تعرفه های چندبخشی		
۵-۱-۵	۱- تعرفه های دوبخشی با یک مدل مصرف کننده	۱۶۹
۵-۱-۵	۱-۱- مشتری نوع منفرد با تقاضای خطی: مثال	۱۷۰
۵-۱-۵	۲- نوع منفرد با تقاضای خطی: فرمول کلی	۱۷۳
۵-۱-۵	۳- مشتری با تقاضای مجزا	۱۷۴
۵-۲-۵	۲- تعرفه دوبخشی با انواع مشتریان چند وجهی	۱۷۵
۵-۳-۵	۳- لیست تعرفه های دوبخشی	۱۷۹
۵-۳-۵	۱- فهرست دو تعرفه دوبخشی	۱۷۹

۱۸۴.....	۲-۳-۵- فهرست چند تعرفه دویبخشی
۱۸۷.....	۴-۵- تعرفه چندبخشی
۱۸۷.....	۱-۴-۵- مثال و فرمولبندی کلی
۱۸۹.....	۲-۴-۵- چندبخشی در قیاس با لیست دو قسمتی: نتایج معادل سازی
۱۹۲.....	۵-۵- خدمات عمومی تحت نظارت
۱۹۵.....	۶-۵- تمرینات