



TANTÁRGYI ADATLAP

MODERN ÁRAZÁS

BMEGT20ML76

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

MODERN ÁRAZÁS

Azonosító

BMEGT20ML76

A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	2
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

Tanulmányi

teljesítményértékelés
(minőségértékelés)

típusa

vizsgaérdemjegy

Kreditszám

3

Tantárgyfelelős

Neve *Beosztása* *Email címe*

Dr. Danyi Pál egyetemi docens danyi.pal@gtk.bme.hu

Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék

A tantárgy weblapja

<https://edu.gtk.bme.hu>

A tantárgy oktatásának nyelve

magyar - HU

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: **Marketing MSc 2017/18/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **4**

Szak: **Marketing MSc 2019/20/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **4**

Közvetlen előkövetelmények

Erős Nincs

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2019. január 30.) az 580.063/2/2019. iktatószámmon hozott 7. határozatával, amely érvényes 2019. január 30 -tól.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tantárgy fő célkitűzése, hogy a hallgatók megértsék, mit jelent az árazás a modern technológiai környezetben. Az elmúlt 10-15 évben jelentősen átalakult az árazás gyakorlata mind a B2C, mind a B2B piacokon. Megjelentek az árösszehasonlítók, az áruakciók, a dinamikus árazás és legújabban a személyre-szabott árazás. A mesterséges intelligencia is kopogtat. Ugyanakkor a KKV-k legnagyobb része még 19. századi árazási gyakorlatot követ. Az előadások során az elméleti alapokat a marketing adja, árpolitika, árképzés és ár-elméleti összefüggések bemutatásával, majd ezt követően végigtekintjük a legújabb gyakorlati technikákat is. Sok példával, esettanulmánnyal bemutatjuk, hogy hol tart a világ árazás tekintetében, mit jelent az adatvezérelt árazás a napjainkban. Az évközi csoportos projektfeladat során árazási módszereket modelleznek a hallgatók, ami segít az elméleti ismeretek gyakorlatba való átültetésében.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Rendelkezik az árazás alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, összefüggéseinek ismeretével
2. Elsajátította az alapvető árazási és hozzá kapcsolódó adatgyűjtési módszereket.
3. Megismerte a világ kurrens, informatika eszközökkel támogatott árazási gyakorlatát.
4. Megértette, hogy mit jelent az adatvezérelt árazás.
5. Megértette, hogy miért válik egyre fontosabbá az árazás és válik kritikus marketing elemmé a következő években.

Képesség

1. A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával képes a saját vállalatának és vállalkozásának árazási gyakorlatát kritikusan szemlélni, értékelni, megújítani.
2. Képes javaslatokat készíteni új árazási stratégia kidolgozására
3. Képes megfogalmazni a modern árazásra vonatkozó követelményeket, igényeket a vállalatára vonatkozó-an.
4. Képes együtt dolgozni és együttgondolkodni a marketing és árazási kollégákkal a jelenlegi folyamatok javításában
5. Képes az összegyűjtött igények alapján egy árazástámogató rendszer megvalósíthatósági tanulmányának és funkcionális specifikációjának elkészítésére.

Attitűd

Önállóság és felelősség

1. Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan tanul és végzi el a meghatározott feladatokat.
2. Aktívan részt vesz órákon és a projektfeladatban.
3. Csoportban is aktívan dolgozik, segíti társait, hogy a csapat együttes teljesítménye is javuljon.
4. Az elemzéseit, következtetéseit és döntéseit felelősséggel vállal.

Oktatásmódszertan

Előadások, kommunikáció írásban és szóban, IT eszközök és technikák használata az előadáson és az önállóan elkészítendő opcionális feladatok során.

Tanulástámogató anyagok

- Kiadott oktatási segédlet: Danyi-Veres: Modern árazás (2019)
- Rekettye, G. (2011) Multidimenzionális árazás. Akadémiai Kiadó.
- Dolan, R.J., Simon H. (2000) Árképzés okosan: Profitnövelő stratégiák. Geomédia, Budapest.
- Baker, W.L., Marn, M.V., Zawada, C.C. (2010) The Price Advantage, 2nd Ed. McKinsey & Company and Wiley.
- Hunt, P., Saunders, J. (2013) World Class Pricing: The Journey. iUniverse Inc., Bloomington.
- Rekettye, G., Liu, J. (2018) Pricing – The New Frontier, Transnational Press, London.
- Simon, H. (2015) Confessions of the Pricing Man: How Price Affects Everything. Springer.
- Smith T.J. (2012) Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts, and Establishing Price Structures. South-Western Cengage Learning.
- Macdivitt, H., Wilkinson, M. (2012) Value-based Pricing. McGraw-Hill.
- Interneten talált blogcikk az árazás/Pricing témakörben
- Lecture notes: Danyi-Veres: Modern pricing (2019)
- Rekettye, G. (2011) Multidimensional pricing. Akadémiai Kiadó.
- Dolan, R.J., Simon H. (2000) Pricing Wisely: Profit-Making Strategies. Geomédia, Budapest.
- Baker, W.L., Marn, M.V., Zawada, C.C. (2010) The Price Advantage, 2nd Ed. McKinsey & Company and Wiley.
- Hunt, P., Saunders, J. (2013) World Class Pricing: The Journey. iUniverse Inc., Bloomington.
- Rekettye, G., Liu, J. (2018) Pricing – The New Frontier, Transnational Press, London.
- Simon, H. (2015) Confessions of the Pricing Man: How Price Affects Everything. Springer.
- Smith T.J. (2012) Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts, and Establishing Price Structures. South-Western Cengage Learning.
- Macdivitt, H., Wilkinson, M. (2012) Value-based Pricing. McGraw-Hill.
- Blog articles on Pricing

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése önként vállalt házi feladatok, illetve vizsga alapján történik.

Teljesítményértékelési módszerek

A) Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: Önként vállalt házi feladat írásban és/vagy szóban teljesíthető a félév során kiadott témákban. A teljesítéssel maximum 12 pont, azaz 20% vizsga-részarány szerezhető, ami hozzáadódik a vizsgapontszámhoz. B) Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés A vizsga elemei: 1. Írásbeli teljesítményértékelés: A vizsgateszt 60 pontos, amely a tanulmányi eredmények értékelésébe 100%-kal számít be. A vizsga max. 60 perces, és 60 darab feleletválasztós illetve esettanulmányi kérdést tartalmaz.

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- írásbeli vizsga : 100% (+20%)*
- összesen: 100%

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Nincs aláírás megszerzési kötelezettség.

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	90
Jeles	87,5–90
Jó	75–87
Közepes	62–74,5
Elégséges	50–61,5
Elégtelen	50

Javítás és pótlás

1) Az egyes évközi teljesítményértékelésekhez nem tartozik egyenkénti minimumkövetelmény. 2) A határidőre be nem adott projektfeladat nem pótolható, ill. a beadott feladat nem javítható. 3) A vizsgateszt újbóli megírása, pótlása, javítása a mindenkor érvényes vizsgaszabályzat szerint.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	6x3=18
felkészülés az órákra	6x2=12
Projektfeladat elkészítése	40
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása és vizsgafelkészülés	18
vizsga	2
összesen	90

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtestület véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2019. január 22-én, érvényes 2019. január 22-től.

III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

A félévben sorra vett témák

- 1 Az ezerarcú ár – elméleti ismeretek; ár és közgazdaság; ár és vállalat; ár és vevő; klasszikus alapfogalmak: ár rugalmasság, fedezeti pont, árrés ill. felár.
- 2 Az ár szerepe a marketingben – elmélet + gyakorlati ismeretek; ár a 4P-n belül; árpolitika, árstratégia; árdöntések: árpszichológia, árspirál, ártudatosság, árelfogadás; árazási modellek. 3 alapmodell: költség-, versenytárs-, és érték-alapú
- 3 Termék, ár és fogyasztó kapcsolatai – gyakorlati ismeretek; termék és az ár egyes összefüggései; fogyasztó, ár és márka háromszög; nemzetközi árpolitika egyes kérdései
- 4 Árazási folyamat (8-10 old); árazási folyamatlépések ; adatgyűjtés, paraméterezés ; árazási algoritmusok, ERP és CRM rendszerek árazás moduljai;
- 5 Dinamikus árazás és gyakorlata; árdiszkrimináció és árdifferenciálás; rugalmas és személyre szabott árazás és korlátai, jogi megfontolások; big data technikák alkalmazása; esettanulmányok
- 6 „Okos” árazás; Adat-alapú elemzések (data-driven pricing); Online árazás, árösszehasonlítók ; szoftverek: adatelemzés, konkurrenciáfigyelés; mesterséges intelligencia és gépi tanulás az árazásban

További oktatók

Dr. Veres István egyetemi adjunktus veres.istvan@gtk.bme.hu

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Tantárgyi adatlap I. és II. részén túli III. részét az érintett szak(ok) szakfelelőse(i)vel való egyeztetés alapján az 1.8. pontban megjelölt Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.