



# 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-részeség 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 részesége a minősítésben

● :

### Vizsgaelemek részesége 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.