BED325	Prisstrategi	7,5 studiepoeng

Norsk	3. år bachelor i økonomi og administrasjon - spesialisering i regnskap og bedriftsøkonomi 3. år bachelor i reiseliv og entreprenørskap	VÅR

1. LÆRINGSUTBYTTE

Studenten skal kunne:

- se sammenhengen mellom prissetting i et kostnadsorientert perspektiv og et verdiorientert perspektiv.
- forstå hvilken rolle kunder, konkurransesituasjon og produktets livssyklus har i en prissettingsprosess
- forstå hvilke begrensninger tradisjonelle kalkylemetoder har i forbindelse med prissetting
- forstå hva som menes med relevante kostnader i en prissettingsprosess
- se sammenhenger mellom bedriftsøkonomi, mikroøkonomi og markedsføring
- forstå betydning av etisk tenking i forbindelse med bedriftenes prisstrategi
- være bevisst hvordan prisendringer påvirker bedriftens lønnsomhet

2. INNHOLD

- Prisfastsettingsteori
- Kostnadsbasert og verdibasert prissetting
- Nullpunktanalyser og pris
- Prisfølsomhet
- Pris og konkurranse
- Prissetting i produktets ulike livssykluser
- Markedssegmentering og pris
- Prisstrategi og distribusjon
- Pris og konkurransemessige fortrinn
- Prispsykologi
- Forskningsmessige utfordringer

3. LÆRINGSAKTIVITETER

Gjennom forelesninger presenteres teoriene, modellene og metodene i emnet. Noe av stoffet må tilegnes på egen hånd. Det anbefales at studentene bearbeider stoffet i mindre grupper etter forelesningene.

4. VURDERING

Vurdering gjennom studietiden
En obligatorisk oppgave som vurderes til bestått – ikke bestått. Må være bestått for å få fremstille seg til eksamen.

Avsluttende vurdering
3 timer skriftlig eksamen.

Vurderingsuttrykk
Gradert karakterskala A – F, der A er beste karakter og F er ikke bestått.

Hjelpemidler til eksamen
Penn, blyant, viseklær, enkel kalkulator.

5. LITTERATUR

Forfatter	Tittel	Forlag	År	ISBN nr
Nagle, Thomas, John E. Hogan og Joseph Zale	The Strategy and Tactics of Pricing	Pearson	2010	ISBN-13:978-0-13-254613-3
Noe utlevert stoff				