



## MRK 2502 Prisstrategi

### Studium

Bachelorstudiet i varehandelsledelse (2. år)

### Kursansvarlig

### Institutt

Institutt for markedsføring

### Semester

Se studieplan for aktuelt studium

### Studiepoeng

6

### Undervisningsspråk

Norsk

### Innledning

Pris har blitt en viktigere beslutningsvariabel i varehandelsvirksomhet. Introduksjon av "hard discount" kjeder som Lidl og Hypermarkeder (f.eks. Smart club) markedsfører seg gjennom pris. E-handel har ført til at prissammenlikninger koster mindre. For eksempel kan søkemaskiner som [www.mysinmon.com](http://www.mysinmon.com) finne produkter for deg til lavest pris. Ulike auksjonssystemer som ebay eller priceline.com er også basert på pris som beslutningsvariabel. Et annet eksempel er at merkevarebygging kan ta ut verdien av et merke gjennom 'pris premium', uten at man vet hvor stor dette prispåslaget egentlig er. Samtidig vet vi at små ubetydelige prisendringer få enorme utslag på salget. Prisstrategi har stor effekt på inntjeningen innenfor varehandel.

### Mål

Dette priskurset har en marketing tilnærming. Det betyr at hovedformålet med kurset er å lære studentene grunnleggende forståelse av hvordan forbrukerne i markedet reagerer på forskjellige priser og tall. Kurset vil også ta for seg en innføring i ulike prisstrategier for bedrifter, samt noen grunnleggende prinsipper om hvordan små prisendringer kan påvirke en bedrifts salg og lønnsomhet.

### Forkunnskaper

MRK 2714 Markedsføring eller tilsvarende.

### Obligatorisk litteratur

#### Bøker:

Nagle, Thomas T. and John E. Hogan. 2006. The strategy and tactics of pricing : a guide to growing more profitably. 4th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson/Prentice Hall

### Anbefalt litteratur

#### Emneoversikt

##### Del 1- Psykologisk pricing

- Strategisk tankegang rundt prisbeslutninger
- Kundens psykologiske oppfattelse av priser
- Målinger av oppfattet pris og prissensitivitet

##### Del 2 – Prisstrategier

- Prisens rolle i markedsmiksen
- Prisstrategier
- Pris gjennom livssyklusen
- Prinsipper og regler for segmentert pricing
- Pris i markedsføringskanaler
- Konkurrenter og priskriger
- Pris under anbud og forhandlinger
- Internett og priser

##### Del 3 – Økonomiske konsekvenser av ulike priser

- Prisens rolle for bedriftens konkurransefortrinn

- Hvilken betydning kostnader har når man skal sette pris
- Enkle lønnsomhetsanalyser ved ulike prisalternativer

**Dataverktøy**

Ingen

**Gjennomføring**

Kurset foreleses over 36 kurstimer. Kurset består av en kombinasjon av forelesninger samt praktisk casearbeide i små grupper.

**Eksamen**

Kurset avsluttes med en fire timers individuell skriftlig eksamen.

**Eksamenskode(r)**

MRK 25021 Prisstrategi - Skriftlig eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 25021, 6 studiepoeng.

**Hjelpemidler til eksamen**

BI-definert eksamenskalkulator er tillatt.

Under punktet eksamensinformasjon i studiehåndboken på web finnes det definisjoner av hjelpemidler ved skriftlig skoleeksamen. Legg særlig merke til bruk av kalkulator.  
<http://www.bi.no/studiehandbok/hjelpemidler>.

**Kontinuasjon**

Kontinuasjonseksamen avholdes ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

I forbindelse med revidering av Bachelorstudiene fra og med studieåret 2009/2010, blir det endringer i sammensetningen av kurs i studiene, samt endringer i de enkelte kurs.

Dette kurset undervises siste gang høsten 2009. Kontinuasjonseksamen tilbys hvert semester fom. høsten 2010 tom. våren 2012.

**Tilleggsinformasjon**