



# MARMARA UNIVERSITÄT - Fakultät für Betriebswirtschaftslehre

Betriebswirtschaftslehre (in Deutscher Sprache)

## SYLLABUS

Vorlesungscode	Name der Vorlesung	Vorlesungstyp	Vorlesungsgruppe * für Wahlfächer	Semesterwochenstunden (SWS)		ECTS	Voraussetzungsveranstaltung mindestnote in Buchstaben-format
				T	P		
MRK3027	Preispolitik	Schwerpunkt Wahlfach		3	0	5	
Voraussetzung		Mindestnote in Buchstaben-format				Note	
Veranstaltungssprache							
Vortragende/-r							
Lehrinhalt	Die Festlegung des Preises eines Produkts oder einer Dienstleistung ist eine der wichtigsten Marketingentscheidungen. Es ist auch einer der komplexesten und am wenigsten verstandenen Aspekte des Marketings. In diesem Kurs werden zunächst einige gängige Preispraktiken untersucht, ihre Fallstricke untersucht und die Irrtümer identifiziert, auf denen sie beruhen. Anschließend wird – basierend auf ökonomischen und psychologischen Grundlagen – ein konzeptioneller Rahmen für wirksame proaktive Entscheidungen entwickelt.						
Lernziele der Vorlesung	Die Vorlesungsziele sind: · Die Studierenden mit den grundlegenden Begriffen, Konzepten, Ansätzen und Problemen von Preisentscheidungen vertraut machen; · Einführung eines Rahmens, der auf Konzepten aus der kognitiven Psychologie, der Wirtschaft und der Industrieorganisation basiert, um Preisentscheidungen zu untersuchen; · Bereitstellung und Hinweis auf Analysetools, die für das Verständnis des Preisbildungsprozesses und für dessen erfolgreiche Erstellung, Nutzung						
Empfohlene oder Pflichtliteratur	1.	Schindler, Robert M. (2012): Pricing Strategies, A Marketing Approach, Sage Publications, Inc.					
		Smith, Tim L. (2012): Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts, & Establishing Price Structures, Cengage Learning					
Lernergebnisse	1.	Kundenverhalten und Wettbewerb.					
	2.	Erweiterte Preisgestaltungstechniken verstehen und anwenden können.					
	3.	Begreifen und verstehen Sie die Preisstrategien verschiedener Produkte, Lebenszyklen und Unternehmen.					
	4.	Verstehen Sie die Konzepte der Preisoptimierung, Preisdifferenzierung und dynamischen Preisgestaltung.					
	5.	Verstehen und analysieren Sie Preisstrategien von Wettbewerbern in unterschiedlichen Marktsituationen anhand von Fallstudienzenarien.					
Geplante Lernaktivitäten und Lehrmethoden							
WOCHE	Datum	Veranstaltungsinhalt					
Woche 1		Einführung: Preisgestaltung als Element des Marketing-Mix					
Woche 2		Der Ausgangspunkt bei der Festlegung eines Anfangspreises					
Woche 3		Wert für den Kunden bewerten					
Woche 4		Grundlegende Preisstrategien und Einsatz der Breakeven-Analyse					
Woche 5		Entwicklung und Verwendung der verallgemeinerten Breakeven-Formel					
Woche 6		Vorhersage der Reaktion auf Preisänderungen: Wirtschafts- und Wettbewerbsfaktoren					
Woche 7		Vorhersage der Reaktion auf Preisänderungen: Kognitive Faktoren					
Woche 8		Zwischenprüfung/-en					
Woche 9		Vorhersage der Reaktion auf Preisänderungen: Emotionale Faktoren					
Woche 10		Entwicklung einer Preisstruktur: Die Logik der Preissegmentierung					
Woche 11		Zeit als Preissegmentierung					
Woche 12		Place als Preissegmentierung					
Woche 13		Preisgestaltung für miteinander verbundene Produkte					
Woche 14		Recht, Ethik und soziale Verantwortung bei der Preisgestaltung					
Woche 15		Die Rolle des Preises in der Marketingstrategie					
Woche 16		Studienwoche					
Woche 17		Finalprüfung					
Aktivitäten und Kriterien		Aktivitäten	Anzahl	Dauer		Gewichtung im (%)	Gewichtung in der Semester Bewertung (%)
		Finalprüfung	1			50	0
		Wiederholungsprüfung	1			50	0
		Semester Bewertung				50	100
		Zwischenprüfung/-en	1			50	100.0
		Quiz					
		Projekt/-e					

		Aufgabe/-n				
		Labor				
		Sonstige				
*** ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand ***						
Bewertungsinstrument	Stunden/Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand		Bewertungsinstrument	Anzahl	Studentische Arbeitsaufwand
Theorie	3.0	42.0		Quiz & Vorbereitung	2	2.0
Praxis	0.0	0.0		Hausaufgaben	10	10.0
Labor				Projekt	5	5.0
Selbststudium vor der Veranstaltung	2.0	28.0		Forschung und Präsentation		
Selbststudium nach der Veranstaltung				Seminar		
Selbststudium nach der Bewertung				Feldstudie		
Borbereitung für die Klausur & Zwischenprüfung	10	10.0		Werkstatt		
Vorbereitung für die Klausur & Finalprüfung	20	20.0		Sonstige		
SUMME :					52.0	117.0
Empfohlene ECTS -Punkte (Gesamtstunden / 25) :						5