



Allokation von Marketing-Budgets (German Edition)

Marco Mierke

Download now

Read Online →

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Allokation von Marketing-Budgets (German Edition)

Marco Mierke

Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) Marco Mierke

Studienarbeit aus dem Jahr 2001 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 2,0, Universität Hamburg (Institut für Handel und Marketing), Veranstaltung: Seminar, Sprache: Deutsch, Abstract: Aufgabe der Marketing-Abteilungen von Unternehmen ist es, im Zuge des Gewinnstrebens den Absatz der Produkte bzw. Dienstleistungen zu fördern. Dazu bedarf es Marketing-Maßnahmen, die nicht nur ein gewisses Maß an Kreativität erfordern, sondern auch Kosten verursachen. Der Marketing-Abteilung muss also ein Budget zugeteilt werden, über das sie im Rahmen ihrer Aufgaben verfügen kann, um die Maßnahmen zu finanzieren.

Dieser Zusammenhang wirft zwei Fragen auf: 1. Wie hoch soll das Budget der Marketingabteilung sein? 2. Wie wird das Budget auf die einzelnen Marketing-Instrumente, Produkte, Funktionsträger, Zielmärkte usw. verteilt? Beide Fragen sind innerhalb des Marketing von großer Bedeutung, da sowohl die Höhe als auch die Verteilung des Marketing-Budgets wesentliche Kennzeichen für die vom Unternehmen geplante Marketing-Strategie darstellen. Mit der Höhe des Budgets wird das Aktivitätsniveau, mit seiner Verteilung werden die Schwerpunkte der Marketing-Strategie festgelegt. Die Aufgabe der Forschung und Praxis muss sein, beide Fragen im Sinne des optimalen Absatzes zu lösen (vgl. Barzen, Marketing-Budgetierung, 1990, S. 11).

Ziel dieser Arbeit ist es vor allem, einen Überblick über die Methoden zu geben, mit deren Hilfe die Verteilung des Marketing-Budgets festgelegt wird. Der Schwerpunkt liegt deshalb auf dem Allokationsproblem und seiner Lösung, weil neuere Forschungserkenntnisse ergaben, dass eine Veränderung der Budget-Allokation eine wesentlich größere Auswirkung auf das Unternehmensergebnis hat als eine Veränderung des Gesamtbudgets (vgl. Skiera, Das Prinzip des flachen Maximums, in: DBW, 1997, S. 864ff).

Die Brisanz dieses Themas besteht außerdem darin, dass sich bis heute kaum eine der in der Literatur erwähnten Budgetierungs-Modelle und -verfahren in der Praxis durchsetzen konnte, meistens aufgrund realitätsferner Konzeptionsschwächen bzw. überhöhten Bedarf an Input-Daten (vgl. Diller (Hrsg.), Marketingplanung, 1998, S. 189). Statt dessen wird in der Praxis meistens nach Heuristiken vorgegangen, die eine Entscheidung über die Verteilung des Budgets auf die Marketing-Instrumente bzw. Sub-Mix-Instrumente vereinfachen (vgl. Albers, Regeln für die Allokation eines Marketing-Budgets auf Produkte oder Marktsegmente, in: zfbf, 1998, S. 212). Diese Heuristiken werden ebenfalls in dieser Arbeit erläutert.

 [Download Allokation von Marketing-Budgets \(German Edition\) ...pdf](#)

 [Read Online Allokation von Marketing-Budgets \(German Edition\) ...pdf](#)

Download and Read Free Online Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) Marco Mierke

Download and Read Free Online Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) Marco Mierke

From reader reviews:

Ila Petty:

In this 21st century, people become competitive in every way. By being competitive today, people have to do something to make all of them survive, being in the middle of often the crowded place and notice by simply surrounding. One thing that oftentimes many people have underestimated it for a while is reading. Yeah, by reading a book your ability to survive boost then having chance to stand up than other is high. In your case who want to start reading some sort of book, we give you this specific Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) book as starter and daily reading reserve. Why, because this book is more than just a book.

Audrey Thompson:

Do you among people who can't read enjoyable if the sentence chained inside straightway, hold on guys this kind of aren't like that. This Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) book is readable by you who hate the perfect word style. You will find the information here are arranged for enjoyable looking at experience without leaving perhaps decrease the knowledge that want to offer to you. The writer of Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) content conveys the thought easily to understand by most people. The printed and e-book are not different in the articles but it just different by means of it. So, do you even now thinking Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) is not loveable to be your top record reading book?

Clare Lucas:

Beside this specific Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) in your phone, it might give you a way to get more close to the new knowledge or details. The information and the knowledge you will get here is fresh from oven so don't possibly be worry if you feel like an old people live in narrow commune. It is good thing to have Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) because this book offers to your account readable information. Do you sometimes have book but you do not get what it's about. Oh come on, that will not end up to happen if you have this within your hand. The Enjoyable option here cannot be questionable, such as treasuring beautiful island. Use you still want to miss the idea? Find this book and read it from right now!

Irene Carpenter:

As we know that book is significant thing to add our understanding for everything. By a publication we can know everything we would like. A book is a range of written, printed, illustrated or perhaps blank sheet. Every year ended up being exactly added. This publication Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) was filled concerning science. Spend your free time to add your knowledge about your scientific research competence. Some people has various feel when they reading a book. If you know how big benefit of a book, you can sense enjoy to read a guide. In the modern era like today, many ways to get book which you wanted.

**Download and Read Online Allokation von Marketing-Budgets
(German Edition) Marco Mierke #UT0KGSYHPL2**

Read Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) by Marco Mierke for online ebook

Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) by Marco Mierke Free PDF d0wnl0ad, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) by Marco Mierke books to read online.

Online Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) by Marco Mierke ebook PDF download

Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) by Marco Mierke Doc

Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) by Marco Mierke Mobipocket

Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) by Marco Mierke EPub

Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) by Marco Mierke Ebook online

Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) by Marco Mierke Ebook PDF