



Allokation von Marketing-Budgets (German Edition)

Marco Mierke

Download now

[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

From reader reviews:

Eddie Drennan:

Do you have favorite book? For those who have, what is your favorite's book? E-book is very important thing for us to find out everything in the world. Each e-book has different aim or maybe goal; it means that book has different type. Some people really feel enjoy to spend their the perfect time to read a book. They are reading whatever they take because their hobby will be reading a book. Think about the person who don't like reading through a book? Sometime, man or woman feel need book after they found difficult problem or even exercise. Well, probably you will require this Allokation von Marketing-Budgets (German Edition).

Christopher Burnham:

This book untitled Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) to be one of several books which best seller in this year, that's because when you read this e-book you can get a lot of benefit in it. You will easily to buy this specific book in the book retailer or you can order it by way of online. The publisher of the book sells the e-book too. It makes you easier to read this book, since you can read this book in your Smart phone. So there is no reason for your requirements to past this reserve from your list.

James Mace:

Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) can be one of your beginner books that are good idea. All of us recommend that straight away because this publication has good vocabulary that will increase your knowledge in terminology, easy to understand, bit entertaining however delivering the information. The writer giving his/her effort to set every word into enjoyment arrangement in writing Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) but doesn't forget the main stage, giving the reader the hottest and based confirm resource details that maybe you can be certainly one of it. This great information could drawn you into new stage of crucial imagining.

Donald Oakes:

Are you kind of stressful person, only have 10 or perhaps 15 minute in your day time to upgrading your mind expertise or thinking skill perhaps analytical thinking? Then you are experiencing problem with the book compared to can satisfy your short space of time to read it because this all time you only find book that need more time to be read. Allokation von Marketing-Budgets (German Edition) can be your answer given it can be read by a person who have those short time problems.

Download and Read Online Allokation von Marketing-Budgets

(German Edition) Marco Mierke #QNH70LFG5JO

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