

1.

Im Rahmen der Diffusionsforschung ist der Prozess der Verbreitung von Produktinnovationen von besonderem Interesse. Stellen Sie in diesem Zusammenhang den Diffusionsprozess nach Bass formal und inhaltlich dar! Erörtern Sie ferner die Marketingrelevanz dieses Konzeptes!

(Erreichbare Punktzahl: 20)

2.

Im Rahmen eines Experiments hat der Marketing-Leiter eines Einprodukt-Unternehmens folgende Werte erhalten:

<b>Instrument</b>	<b>Preis</b>	<b>Werbudget</b>
Absatz vorher	100.000 Stück	100.000 Stück
Instrument vorher	€14	€800.000
Absatz nachher	80.000 Stück	90.000 Stück
Instrument nachher	€16	€760.000

Definieren Sie formal und inhaltlich die Preis- und Werbeelastizität! Errechnen Sie aus den Werten der angeführten Tabelle die Preis- und Werbeelastizität und bewerten Sie diese unter Plausibilitäts Gesichtspunkten!

(Erreichbare Punktzahl: 20)

3.

Diskutieren Sie kritisch die Anwendungsmöglichkeiten der PIMS-Datenbank für die Zwecke der Marketingplanung!

(Erreichbare Punktzahl: 20)