

[Free and download] Internationale Preispolitik: Von der Strategie der Internationalisierung bis zum fundierten Konzept (German Edition)

Internationale Preispolitik: Von der Strategie der Internationalisierung bis zum fundierten Konzept (German Edition)

Tim Fehlberg

**Download PDF / ePub / DOC / audiobook / ebooks*



#4506268 in eBooks 2012-12-31 2012-12-31 File Name: B00E3F4KC2 | File size: 65.Mb

Tim Fehlberg : Internationale Preispolitik: Von der Strategie der Internationalisierung bis zum fundierten Konzept (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Internationale Preispolitik: Von der Strategie der Internationalisierung bis zum fundierten Konzept (German Edition):

Bachelorarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM,

Marktforschung, Social Media, Note: 1,3, Universität Potsdam, Sprache: Deutsch, Abstract: "Think globally; act locally." (wird Buckminster Fuller zugeschrieben) Die forschenden Pharmaziehersteller sehen sich der Aufgabe gegenüber, großzügige Anfangsinvestitionen durch eine schnelle Ausweitung der Absatzzahlen zu kompensieren. Sie treten deshalb als globale Marktteilnehmer auf. Doch wie global bzw. standardisiert werden die jeweiligen Märkte bearbeitet? Lassen sich Märkte individuell und voneinander getrennt bearbeiten? Ist es noch optimal, die Preise national zu optimieren? Durch die anhaltende Globalisierung wachsen viele Gebiete der Erde zusammen. Den jeweiligen marktspezifischen Gegebenheiten Rechnung zu tragen, verlangt nach einer detaillierten Betrachtung der einzelnen Märkte. Deren Rückkopplungen in die internationale Preissetzung einzubeziehen, erscheint mehr denn je der Schlüssel zu einer erfolgreichen Preissetzung auf globaler Ebene. Durch neue Technologien haben sich in der Vergangenheit die Rahmenbedingungen für global agierende Unternehmen grundsätzlich verändert. Das Ziel der Arbeit ist es, die internationale Koordination der Preise anhand der Bayer AG zu erläutern. Insbesondere die Eigenheiten des Gesundheitsmarktes dienen hierbei als Grundlage für eine vertiefte Analyse. Die Arbeit beginnt mit der Eingliederung der int. Preissetzung in das int. Marketing. Grundzüge der Preispolitik werden in den Kontext der Internationalisierungsstrategien gestellt. Der Weg von den ersten Ambitionen einer globalen Marktbearbeitung bis zu einem fundierten Konzept mündet in der Darstellung der Einflussgrößen auf die int. Preisgestaltung. Die Zusammenfassung der bedeutendsten Parameter eröffnet den praktischen Teil dieser Auseinandersetzung. Eine fundierte Erläuterung der theoretischen Grundlagen findet nun anhand des Paracetamols in Frankreich und Deutschland statt. Zum Abschluss werden die aus der Untersuchung resultierenden Erkenntnisse resümiert und mögliche Anknüpfungspunkte für weitere Studien offeriert.