

Aufgabe 1: Zur Marktforschung (22 Punkte)

Nennen und erläutern Sie Prognosemethoden zur Nachfrageanalyse der quantitativen Marktforschung! Welche Zielgrößen werden dabei ermittelt (prognostiziert)?

Aufgabe 2: Zur Marketingstrategie (18 Punkte)

Erläutern Sie den Erfahrungskurveneffekt! Inwieweit ist er vom Kostendegresssionseffekt abzugrenzen?

Aufgabe 3: Zur Kontrahierungspolitik (30 Punkte)

a) In welcher Beziehung stehen die Preis- und die Rabattpolitik zueinander?

b) Nennen Sie verschiedene Formen von Mengenrabatten und deren Zielsetzungen!

Erläutern Sie hierbei die Rabattberechnung nach einer angestoßenen oder nach einer durchgerechneten Rabattstaffel!

c) Beschreiben Sie das Vorgehen eines Unternehmens im Zuge einer passiven Preispolitik!

Aufgabe 4: Zur Kommunikationspolitik (30 Punkte)

Erläutern Sie umfassend das Corporate Identity-Konzept! Welche Ziele werden mit dem Aufbau von CI verbunden, welche Methoden zur Erfolgsmessung von CI kennen Sie?