

Marketing - Grundstudium

1. Zur Portfolio-Analyse

Was versteht man unter einer "Strategischen Geschäftseinheit", die man laut der 4-Felder-Matrix der Boston-Consulting-Group als "Star" bezeichnet? Charakterisieren Sie eine SGE dieser Art! Mit welcher Normstrategie ist sie zu führen?

2. Zur Marktsegmentierung

- a) Erläutern Sie die Marktsegmentierung nach sozio-demografischen Kriterien!
- b) Ordnen Sie diese Segmentierungsart in die Segmentierungstypologie ein!
- c) Welche Art der Datenerhebung bietet sich an?
- d) Welche wertvollen Informationen erhält man durch diese Segmentierungsart bzw. welche wichtigen Rückschlüsse kann man ziehen?
- e) Worin bestehen die Grenzen der Aussagefähigkeit der sozio-demografischen Segmentierung?

3. Zur Produktpolitik

a) Nennen Sie Formen der Programmanalyse, und erläutern Sie die jeweilige Vorgehensweise! Mit welchen Zielsetzungen werden Programmanalysen durchgeführt?

b) Welche Positionierung wählen folgende Hersteller A, B und C durch Festlegung ihrer Sortimentstiefe und -breite jeweils? Nennen Sie Beispiele!

Hersteller A: Hohe Sortimentstiefe, geringe Sortimentsbreite

Hersteller B: Geringe Sortimentstiefe, hohe Sortimentsbreite

Hersteller C: Mittlere Sortimentstiefe, hohe Sortimentsbreite

Welche möglichen Erfolgsstrategien bzw. Vor- und Nachteile ergeben sich jeweils?

4. Zur Werbung (22 Punkte)

Erläutern Sie Methoden zur Festlegung des Werbebudgets! Welche Vor- und Nachteile sind mit diesen Methoden verbunden? Welche Methode ist zu bevorzugen?