

Grundstudium Marketing Diplom Sommersemester 2007
Prof. Dr. Stark
(Beipack)

1. Einführung Marketing (27 Punkte)

a) Gesättigte Märkte

Erläutern Sie fünf Kriterien gesättigter Märkte! (10 Punkte)

1.

2.

3.

4.....

b) Unternehmensführungsprinzipien

Erläutern Sie das Prinzip des „Push & Pull“, indem Sie eine aussagefähige Skizze hierzu erstellen! (5 Punkte)

c) Aktuelle Entwicklungen

„One-to-one-Marketing“ (auch als “CRM – Customer Relationship Management”, „Clienting“ bezeichnet) ist in aller Munde. Nennen Sie 3 Ansätze/Prinzipien hierzu und erläutern Sie diese! (12 Punkte)

Ansätze/Prinzipien:

Erläuterung:

1.

2.

3.

Aufgabe 2: Marktforschung (20 Punkte)

a) Welche Daten/Informationen können nur aus dem Verbraucherpanel bezogen werden?
(4 Punkte)

b) Nennen und erläutern Sie zwei Probleme, die bei der Verbraucherpanelforschung auftreten können. Geben Sie ein Stichwort, wie diesen Problemen begegnet werden kann! (8 Punkte)

Problem:

Erläuterung:

1.

2.

c) Was versteht man unter einer „CATI“-Befragung, und welche Vorteile besitzt sie?
(8 Punkte)

Aufgabe 3: Zur Produktpolitik (30 Punkte)

a) Ein Konsumgüterhersteller hat eine Marktstudie bei einer Beratungsgesellschaft in Auftrag gegeben. Im Ergebnis wird mitgeteilt, dass sich eines der angebotenen Markenprodukte in der **Reifephase** des Lebenszyklus befindet. Welche Angaben lassen sich in Bezug auf Wettbewerber, Kunden und die Preissituation dieser spezifischen Marktsituation machen (–erläutern Sie genau)? (18 Punkte)

Wettbewerber (5 Punkte):

Kunden (5 Punkte):

Preissituation (3 Punkte):

Kommunikationssituation (5 Punkte):

b) Was versteht man unter einem Relaunch, wie wird er durchgeführt, in welcher Phase des Produktlebenszyklus sollte er erfolgen? (12 Punkte)

Erläuterung Relaunch (3 Punkte):

Durchführung (7 Punkte):

Empfohlene Phase (2 Punkte):

Aufgabe 4: Kontrahierungspolitik (12 Punkte)

Preiselastizität der Nachfrage: Berechnen Sie die Elastizität – welche Konsequenzen können für den Einsatz der Marketinginstrumente gezogen werden?

Zeitpunkt	t 1	t 2
Preis pro Stück in Euro	1,15	1,00
Menge	1.200	1.500

Berechnung (5 Punkte):

Schlussfolgerung (7 Punkte):

Aufgabe 5: Distributionspolitik (6 Punkte)

Welche zwei zentralen Gründe sprechen dagegen, sich als selbständiger Unternehmer einem Franchisesystem anzuschließen!

1.

2.

Aufgabe 6: Kommunikationspolitik (5 Punkte)

Kritisieren Sie die Methode, ein Werbebudget nach dem Prinzip „All-you-can-afford“ (Alles was ermöglicht werden kann!) festzulegen – was oft eine typische Vorgehensweise von kleinen und mittelständischen Unternehmen ist.