

Klausurrelevante Aufgaben (neu gekürzte Version)

1. Erörtern Sie die **Wettbewerbsstrategien** nach Porter. Nehmen Sie zu mindestens einer der genannten Wettbewerbsstrategien ausführlicheren Bezug!
2. Welche Bedeutung hat die **Ansoff'sche Produkt-Markt-Matrix** im Rahmen der Produktpolitik?
3. Beschreiben Sie die Phasen des **Marketing-Management-Prozesses**. Gehen Sie auf einer der genannten Phasen ausführlicher ein.
4. Welche **Teilbereiche** der Produktpolitik gibt es (Produktmix)?
5. Nennen Sie **Besonderheiten** der Produktpolitik bei Konsumgütern und Investitionsgütern!
6. Wie wichtig ist das **Qualitätsmanagement** in der Produktpolitik und was verstehen sie darunter?
7. Beschreiben sie den Vorgang der **Neuproduktentwicklung**.
8. Welche **Ziele** verfolgt ein Unternehmen im Rahmen der Produktpolitik?
- ~~9. Was versteht man unter **Produktqualität**?~~
- ~~10. Welche Merkmale bestimmen den **Charakter** eines Produktes?~~
- ~~11. Was versteht man unter einem „**Relaunch**“?~~
- ~~12. Beschreiben Sie den klassischen Verlauf eines **Lebenszyklusmodells**. Grenzen Sie die einzelnen Phasen anhand der Umsatz- u. Gewinnentwicklung im Zeitablauf voneinander ab.~~
- ~~13. In welchen Phasen des Lebenszyklus kommt welchem **Marketinginstrument** aus welchem Grund jeweils eine besondere Bedeutung zu?~~
14. Welche Arbeitsgänge müssen bei der Findung und Auswahl einer **Produktidee** durchlaufen werden ?
15. Was für **Grundsatzstrategien** kennen Sie?
16. Was versteht man unter der **Produktdifferenzierung**?
17. Beschreiben Sie Sinn und Zweck sowie Elemente der **Portfolio-Technik**.
18. Skizzieren Sie das **BCG-Portfolio**!
19. Welche Bedeutung hat die Portfolio-Betrachtung für die **Marketingplanung** eines Unternehmens.

20. Skizzieren Sie das **McKinsey-Portfolio** mit den entsprechenden Variablen.
21. Worin bestehen die wesentlichen **Unterschiede des Portfolios** nach BCG und nach McKinsey?
22. Was für **Programmstrukturanalysen** kennen Sie?
23. Erklären Sie die Vorgehensweise der **ABC-Analyse!**
24. Was ist die Aufgabe der **Deckungsbeitragsstrukturanalyse?**
25. Beschreiben Sie die Vorgehensweise der **Wettbewerbsanalyse** anhand eines selbstgewählten Beispiels.
26. Was sind die Komponenten der **Umweltanalyse?**
- ~~27. Welche **Informationsquellen** gibt es innerhalb eines Betriebs?~~
- ~~28. Nennen Sie die Möglichkeiten, **Sekundärmaterial** außerhalb eines Betriebes zu beschaffen.~~
- ~~29. Was für **Kreativitätstechniken** kennen Sie?~~
30. Beschreiben Sie eine selbstausgewählte **Kreativitätstechniken ausführlicher!**
31. Was versteht man der **Positionierung** einer Marke?
32. Wozu dient die Berechnung der **Wirtschaftlichkeit?**
33. Welche wichtigen Informationen kann man aus der sogenannten **Break-Even-Analyse** ableiten?
34. Was sind die Ziele und Entscheidungen der **Markenpolitik?** Beschreiben Sie diese anhand eines Beispiels aus der Kosmetik-Branche.
35. Skizzieren Sie die Elemente des **Markenartikels** am Beispiel eines Artikels aus der Konsumgüterbranche!
- ~~36. Was sind **Markenartikel, klassische Handelsmarken und Gattungsmarken?**~~
- ~~37. Was sind die Vor- u. Nachteile einer **Mehrmarkenstrategie?**~~
- ~~38. Was versteht man unter „trading up“ und „trading down“ im Rahmen der **Markenführung?**~~
39. Diskutieren Sie die Aussage: „Schönheit und **Design** als Wettbewerbsvorteil“.
- ~~40. Beschreiben Sie die Funktionen der **Verpackung!**~~
- ~~41. Aus welchen Elementen besteht der **Preis-Mix** und erklären Sie die preispolitischen Strategien!~~
42. Welche Voraussetzungen, Ziele und Wirkungen werden mit **Preisdifferenzierungen** verfolgt und welche Formen unterscheidet man?
- ~~43. Nennen und erläutern Sie einige **preispolitische Ziele!**~~
- ~~44. Welche **Determinanten** hat die Preispolitik und wie fällt ein Unternehmen die Preisentscheidung?~~
- ~~45. Was sind Einflussfaktoren von **Preiswahrnehmung** und **Preissensibilität?**~~

- ~~46. Nennen und erläutern Sie kurz die Verfahren zur **Preissetzung** und geben Sie einen Überblick zur **Rabattpolitik**.~~
47. Erläutern u. skizzieren Sie das **strategische Dreieck**!
- ~~48. Beschreiben Sie den preispolitischen **Entscheidungsprozeß**?~~
- ~~49. Was sind die **Kritikpunkte** der klassischen **Preistheorie**?~~
- ~~50. In der Praxis werden sehr unterschiedliche **Preisstrategien** angewendet. Welche möglichen Strategien lassen sich grundsätzlich unterscheiden?~~