

## Test 1

Ordne die Aussagen den 4 P's zu:

Wie kommt die Information zum Kunden? Kommunikationspolitik

Welche Leistung wird erbracht? Produktpolitik

Wie gelangt die Leistung zum Kunden? Distributionspolitik

Welche Gegenleistung erhält man? Preispolitik

Ordne die gegebenen Inhalte den 7 P richtig zu

Lieferung, Standort, Vertrieb, Distributionspolitik

Gegenleistung, Rabatte, Preispolitik

Raumgestaltung, Gebäude Physical facilities

Werbung, Verkaufsförderung, p.r. Kommunikationspolitik

Abläufe, Organisation Process Management

Mitarbeitererschulung, Weiterbildung, Personalpolitik

Teilen Sie "Phase" und "Focus" im Laufe der Entstehung des Marketings richtig zu.

Subsistenzwirtschaft Focus: keiner

Entdeckungen Focus: Fernhandel

Spezialisierung Focus: Lokaler Handel

Merkantilismus Focus: Staatshandel

Krafterzeugung Focus: Industrie

Absatz als Engpass Focus: Kunden

Ordne die Aktivitäten bzw. Schritte einer Marketing orientierten Unternehmung richtig zu.

Ausgangspunkt: Die Märkte

Hauptaugenmerk: Tatsächliche Bedürfnisse der Kunden

Mittel: Integrierter Marketingansatz

Ziel: Langfristige Gewinnerwartung durch nachhaltiges Zufriedenstellen der Kunden

Bringen Sie nachstehende Begriffe der Maslow'schen Pyramide in die richtige Reihenfolge.

Start von der Basis 1)

1) Physiologische Grundbedürfnisse

2) Sicherheitsbedürfnisse

3) Soziale Bedürfnisse

4) Geltungsbedürfnisse

5) Selbstverwirklichung

Nachstehend sind Beispiele für Vermarktungsobjekte angegeben. Ordnen Sie diese

Beispiele den korrekten Marketingbegriffen zu.

Vermarktung von Produkten für den privaten Gebrauch Konsumgütermarketing

Marketing für Organisationen ohne Gewinnabsicht Non Profit Marketing

Marketing für immaterielle Güter und Service-Leistungen Dienstleistungsmarketing

Vermarktung einer sozialen Idee (keiner Organisation) Social Marketing

Vermarktung einer bestimmten Region (Tourismus) Destinationmarketing

Vermarktung eines Handelsbetriebs (Einzelhandel Handelsmarketing

Vermarktung von Produkten für betriebliche Nutzung Investitionsgütermarketing

Durch wieviele "P" wird der Marketingmix im Dienstleistungsmarketing erweitert?

Durch 3 „P“

**Welches Merkmal des Dienstleistungsmarketing ist falsch?**

Objektive Bewertung der Dienstleistung (Keine Lagermöglichkeit, keine physische Existenz, keine Eigentumsrechte trifft zu)

**Welche Merkmale des Marketing sind falsch?**

Alle brauchen nicht mit den anderen zu kommunizieren

(Parteien müssen das Austauschobjekt liefern können.

Es müssen zwei oder mehr Parteien existieren, die an einem Austausch interessiert sind

Jede Partei besitzt Dinge die dem anderen wertvoll erscheinen. Trifft zu)

**Mit welcher grundlegenden Marketingmaßnahme optimiert und maximiert ein Unternehmen in einem Käufermarkt seinen Gewinn?**

mit Kundenzufriedenheit

**Welche Aussagen für einen Verkäufermarkt sind richtig?**

Engpass: Produktion

Haupstoßrichtung: Verkauf

**Definiere den Begriff "Marketing" nach Kotler/Armstrong 1998. Die wesentlichen Bestandteile der Definition müssen angeführt sein**

Marketing wird als ein sozialer und betriebswirtschaftlicher Prozess definiert, durch den Einzelne und Gruppen das erhalten, was sie benötigen und wollen, durch die Schaffung und den Austausch von Produkten und Werten mit anderen."

**Investitionsgütermarketing befriedigt den abgeleiteten Bedarf?**

Richtig

**Marketing ist ein funktionelles spezielles Teilgebiet der Volkswirtschaftslehre?**

Falsch

**Der Vertrieb ist Bestandteil eines der "P"s des Marketingmix nämlich der Kommunikationspolitik.**

Falsch

## Test 2

Ordne die nachfolgenden Inhalte den 5D's richtig zu.

Design Quelle, Methode

Dokumentation Interpretation, Präsentation

Datengewinnung Sammlung

Definition Ziel, Umfang

Datenanalyse techn. Erfassung

In welche Phase der 5D's fällt die operative Durchführung der Untersuchung?

(Marktforschung)

Datengewinnung

In der Marktforschung wird der Begriff "CAPI" verwendet. Nennen Sie die Bedeutung dieses Begriffes

Computer Assisted Personal Interview

Es gibt keine Daten über die Marketingumwelt. Welches Design der Marktforschung werden Sie einsetzen?

Explorative Marktforschung

**Wo liegen die Einsatzgebiete der Marktforschung ?**

Wirkung der Marketinginstrumente

Verhalten der Marktteilnehmer

Erforschung der Märkte

Die Primärforschung erhebt die Daten aus folgenden Quellen.

Befragung

Experiment

Beobachtung

Welches Gebiet der Mathematik beschäftigt sich mit der Datenanalyse in der Marktforschung?

Statistik

Welche Vorteile hat ein persönliches Interview als Befragungsform in der Marktforschung?

Die Kontrolle der Gesprächsführung

Die Zufallsauswahl einer Stichprobe hat folgende Wahl der Methodik Klumpenauswahl

einfache Zufallsauswahl

geschichtete Zufallsauswahl

**Definieren Sie den Begriff der Marktforschung**

Unter Marktforschung versteht man die systematische Gewinnung, Aufbereitung und Interpretation von für die Marketingplanung relevanten Informationen über Absatz- und Beschaffungsmärkte zur Fundierung von Marketingentscheidungen.

Das Grenzwerttheorem besagt, dass die Größe der Stichprobe abhängig von der Gesamtpopulation ist.

Falsch

"Was sind die wichtigsten Gründe für den Kauf der Marke XY?" Das ist eine geschlossene Frage ?

Falsch

## Test 3

Ordnen Sie die richtige Strategie den Quadranten der Boston Matrix zu.

- Wachstumsstrategie Fragezeichen
- Desinvestitionsstrategie Arme Hunde
- Abschöpfungsstrategie Milchkühe
- Investitionsstrategie Sterne

Ordnen Sie den englischen Bezeichnungen der Mitglieder eines Buying Centers die deutschen Begriffe zu.

- Gate Keeper: Informant
- User: Benutzer
- Purchaser: Einkäufer
- Influencer: Beeinflusser
- Decider: Entscheider

Bringe die einzelnen Phasen der Problemebenen zur Analyse von Konsumentenentscheidungen in die richtige Ablauffolge:

- 1: Anregungsphase
- 2: Suchphase
- 3: Auswahlphase
- 4: Kaufphase
- 5: Bestätigungsphase

Die Analyse des Marketingumfeldes wird auch als PEST Analyse bezeichnet. Wofür stehen die Buchstaben dieser Analyse?

- P Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen
- E ökonomische Faktoren
- S soziokulturelle Faktoren
- T physische- technologische Komponenten

Ordnen Sie die Phasen im Marktzyklus des Produktlebenszyklus in chronologischer Reihenfolge

- 1: Einführung
- 2: Wachstum
- 3: Reife
- 4: Sättigung
- 5: Degeneration

Ordne die angegebenen Aktivitäten bzw. Gegebenheiten dem geeigneten Marketingumfeld zu.

- Mikroumwelt: Öffentlichkeit, Konkurrenz, Kunden
- Makroumwelt: Volkswirtschaft, Kultur, Natur

Die Gesamtheit des getätigten Absatzes eines Unternehmens nennt man ?

Absatzvolumen

Mit B2B bezeichnet man Unternehmen als Kunden. Diese haben folgende Merkmale.

- eine abgeleitete Nachfrage
- Direktkontakt zu diesen Kunden
- Begrenzte Anzahl von Kunden
- internationale Ausrichtung

**Folgende Eigenschaften sind für den B2C Markt typisch**

- viele Abnehmer
- Massenkommunikation
- anonyme Marktkontakte

**Der BERI Index ist eine Abkürzung für?**

Business Environment Risk Index

**Dienstleistungen (abgekürzt: DL) haben im Gegensatz zu Gütern folgende Eigenschaften.**

- DL ist immateriell
- DL wechselt nicht den Besitz
- DL erfolgt unter Mitarbeit des Kunden
- DL kann vor dem Kauf nicht vorgeführt werden

**In welcher Phase des Produktlebenszyklus steigt der Gewinn?**

Wachstum

**Verbrauchsgüter sind durch nachfolgende Merkmale beschrieben:**

- überstehen mehrere Verwendungseinsätze
  - haben längere Wiederkaufzyklen
  - haben hohen Aufwand für Verkauf
  - haben hohen Aufwand für Service
- keines der o.a. ist richtig

**Das Unternehmen ist von Umwelt umgeben. Wie nennt man diese Umwelten?**

- Mikroumwelt
- Makroumwelt

**Das Verhältnis Marktvolumen zu Marktpotential nennt man?**

Grad der Marktsättigung

**Die Lektüre einer Tageszeitung bezeichnet wissenschaftlich als den zufälligen Marketing Forschungsansatz für das Makroumfeld?**

Wahr

**Die Beteiligengruppe "Lieferanten" zählt man zur Mikroumwelt?**

Wahr

**In der Phase "Reife & Sättigung" des Produktlebenszyklus überlegt man in der Produktpolitik, die eigenen Marken und Modelle zu diversifizieren ?**

Wahr

**Das Marktpotential berücksichtigt nicht die Kaufkraft des Marktes?**

Falsch

**Dienstleistungsmarketing zielt darauf ab, ein Image zu schaffen, das als Entscheidungskriterium für den Kunden dienen kann ?**

Wahr

**Ein Beispiel für eine freiwillige sekundär Dienstleistung ist die gesetzliche Gewährleistung ?**

Falsch

## Test 4

Ordne die stufenweise Marktsegmentierung im Industriegütermarketing (B2B) beginnend von der demografischen Variablen. (Nested Approach)

- 1: demografische Variable
- 2: Leistungsbzogene Merkmale
- 3: Beschaffungsmerkmale
- 4: Situative Faktoren
- 5: individuelle Charakteristika

Ordnen Sie chronologisch die Phasen der Marketingplanung.

- 1: Analysephase
- 2: Planungsphase
- 3: Durchführungsphase
- 4: Kontrollphase

Ordne die Inhalte der Konzeptiionspyramide des Marketing richtig zu.

Wie kommen wir dorthin ? – Marketingstrategien

Was müssen wir einsetzen, um ans Ziel zu kommen ? – Marketingmix

Wo wollen wir hin ? – Marketingziele

Ordne den Segmentierungsvariablen die richtigen Inhalte zu

Psychografische Segmentierung – Persönlichkeit, Involvement, Einstellungen

Demographische Segmentierung – Geschlecht, Einkommen, Beruf

Geographische Segmentierung – Regional, Stadt, Klima

Verhaltensorientierte Segmentierung – Preisverhalten, Mediennutzung, Einkaufsstättenwahl

Was sind typische Kontrollgrößen für ökonomische Marketingziele ?

Die Absatzmenge und/oder Umsätze

Der Marktanteil

Welche Marketingstrategie legt fest, mit welchen Produkten eine Unternehmung auf welchen Märkten tätig sein will?

Marktfeldstrategie

Ein Nischenplayer konzentriert sich auf

auf ein Marktsegment und eine Produktkategorie

Sie planen die Neuorganisation im Marketing. Sie wollen eine mangelnde Kundenorientierung vermeiden.

Welche Differenzierung (Aufbau) Ihrer Organisation sollten Sie daher wählen?

eine Differenzierung nach Regionen

eine Differenzierung nach Absatzkanälen

eine Differenzierung nach Kunden

Ein Marketingplan könnte aus folgenden Kapiteln bestehen

Das Inhaltsverzeichnis

Die Analyse der Marketingsituation

Die Analyse der Chancen, Gefahren, Stärken...,

Die Planziele, Die Marketingstrategie

Die Aktionsprogramme (Marketingmix)

Die Ergebnisprognose

Die Kontrolle des Planfortschrittes

**Michael Porter unterscheidet in seinen Wettbewerbsstrategien folgende Alternativen**

- Die Differenzierung
- Die Kostenführerschaft
- Die Fokussierung

**Die klassische Positionierung trägt man grafisch in ein :**

Positionierungskreuz

**Folgende Positionierungsstrategien werden angewandt.**

- Möglichst nahe an der Idealvorstellung der Nachfrager
- Möglichst weit weg von den Wettbewerbern
- Mit ganz anderen Dimensionen als am Markt üblich

**Wählen Sie die Anforderungen an die Segmentierungsvariablen zur effektiven Auswahl von Zielmärkten.**

Kaufverhaltensrelevanz

Messbarkeit

Substanz

Erreichbarkeit

Stabilität

**Das "Hedonistische Arbeitermilieu" zählt man zu welcher Lifestyle Typologie ?**

Zum Konzept der sozialen Milieus des Sinus Institutes

**Welches soziale Milieu im Konzept der Sinus-Milieus befindet sich im Schnittpunkt Obere Mittelschicht und**

**Traditionelle Grundorientierung**

Die etablierten Konservativen

**Was bedeutet die Abkürzung "STP" ?**

Segmentation, Targeting, Positioning

**Was versteht man unter der Bezeichnung USP?**

Unique Selling Proposition

**Die Marktsegmentierungsstrategie verhält sich zum "Scharfschützenkonzept", so wie die Massenmarktstrategie zum**

**Schrotflinten**

**Nenne eine der fünf Basisstrategien des Marketing.**

Marktfeldstrategie

**Wie nennt man die Untersuchung von Umweltentwicklungen mit internen Stärken (strength) und Schwächen (weakness) und die daraus abzuleitenden Chancen (opportunities) und Risiken (threats) ?**

Swot

**Gibt es die Bezeichnungen Über- und Unterpositionierung bei grundsätzlich fehlerhaft erstellter Positionierung ?**

Wahr

**Die Positionierung im Bewusstsein des Kunden beruht nicht auf Wirklichkeit sondern auf Wahrheit.**

Falsch

## Test 5

Ordnen Sie die Phasen der Produktinnovation chronologisch

- 1: Bestimmung des Zielmarktes
- 2: Ideenfindung
- 3: Entwicklung des Produktkonzeptes
- 4: Entwicklug des Produktkerns
- 5: Markteinführung

Ordne den Pre Sales und After Sales Services die geeigneten added values des jeweiligen Kundendienstes zu.

- Pre-Sales Service / Techn. Kundendienst – Testlieferung  
Pre-Sales Service / Kaufmännischer Kundendienst – Kaufberatung  
After-Sales Service / Techn. Kundendienst – Installation  
After-Sales Service / Kaufmännischer Kundendienst – Zustelldienst

Die Systematik der Diversifikation beschreibt verschiedene Realisierungsformen und Eintrittsstrategien. Nennen Sie diese.

- Eigenentwicklung  
Lizenzerwerb  
Kooperation  
Akquisition

Aus welchen drei Elementen besteht das magische branding Dreieck

- Markenname  
Markenzeichen  
Produkt und Verpackungsgestaltung

Markieren Sie die Funktionen einer Marke aus Anbietersicht

- Präferenzbildung  
Preispolitischer Spielraum  
Kundenbindung  
Segmentspezifische Marktbearbeitung

Benennen Sie Bereiche der Produktgestaltung im weiteren Sinne bei Sachgütern

- Produktbezogene Dienstleistungen  
Garantieleistungen  
Markierung

Welche Merkmale besitzt eine "Marke" ?

- gleichbleibende Qualität  
hoher Bekanntheitsgrad  
weite Verbreitung

Benennen Sie Kriterien und Merkmale einer Marke

- Markenname/Kennzeichnung  
Markenschutz  
Unverwechselbarkeit  
Standards  
Preisstabilität  
Verfügbarkeit  
Bekanntheit

**Zur Gestaltung des Sortimentes sind in folgenden Bereichen Entscheidungen für den Produktmix zu treffen:**

- Produktinnovation
- Produktmodifikation
- Produktelimination
- Diversifikation

**Welchen Nutzen kann ein Produkt besitzen ?**

- einen Grundnutzen
- einen Zusatznutzen

**Zum "actual product" (auch reales Produkt) zählt man:**

- Die Marke
- Das Design
- Die Verpackung
- Die Qualität

**Welche Funktionen hat die Verpackung?**

- Schutzfunktion
- logistische Funktion
- akquisitorische Funktion
- akquisitorische Funktion
- warenwirtschaftliche Funktion

**Eine Produktvariation ersetzt die Vorgängerprodukte ?**

Wahr

**Die Marke "Oral-B" ist ein Beispiel für die Markenarchitektur eines "branded house" der Firma Procter&Gamble**

?

falsch

**Das Ziel einer optimale Markenführung ist die Erhöhung des preispolitischen Spielraums ?**

Wahr

## Test 6

Ordne die Umsatzwirkung den verschiedenen Preiselasizitäten zu

Einheitselastische Nachfrage (=1) - Umsatz bleibt konstant

Elasische Nachfrage – Umsatz sinkt bei Preiserhöhung, steigt bei -senkung

Unelastische Nachfrage (<1) – Umsatz steigt bei Preiserhöhung, sinkt bei -senkung

**Der Breakevenpoint wird nicht erreicht. Welche Maßnahmen können Sie setzen, den Breakevenpunkt zu erreichen?**

Erhöhung der Absatzmenge

Erhöhung des Abgabepreises

Verringerung der Fixkosten

Verringerung der variablen Kosten

**Die Methoden zur Preisbildung können sein :**

kostenorientiert

konkurrenzorientiert

marktorientiert (kundenorientiert)

**Die Abkürzung "PAF" steht für**

Preis-Absatzfunktion

**Zur Ermittlung der Preis Absatzfunktion bedient man sich folgender Methoden.**

der sekundären Marktforschung

der primären Marktforschung

Wenn Sie Ihre Lockvogelangebote intern subventionieren, dann zählt man diese Preisstrategie .....

zum preispolitischen Ausgleich

Zeigen Sie die Vorteile der Preispolitik durch richtige Ankreuzen.

sofortige Absatzwirkung

spontan durchführbar

Preisänderungen sind leicht zu kommunizieren

Wie lautet der Überbegriff der Rabatt-Bezeichnung für den Preisnachlass, der für bestimmte, dem Abnehmer bekannte Bestellzeitpunkte oder -perioden gewährt wird (z.B. Einführungsrabatt)

Zeitrabatt

**Wenn ein Anbieter seinen Abnehmern (Marktsegmenten) eine gleichartige Sach- oder Dienstleistung bewusst und systematisch zu unterschiedlichen Preisen anbietet, dann spricht man von Preisdifferenzierung.**

Wahr

**Eine niedrige Preiselastizität lässt einen großen Stammkundenkreis vermuten.**

Wahr

## Test 7

Bei der Erstellung eines Forecast (PSI) geht man schrittweise vor. Bringe diese Schritte in die logische Folge bei der Erstellung eines monatlichen Forecasts.

- 1: Festlegung des monatlichen Verbrauchs bzw. Sales
- 2: Festlegung des monatlichen Endlagerstandes
- 3: Bestimmung der Bestellmenge zur Lieferung am Anfang des Monats

Eine Grobeinteilung der Distributionspolitik unterscheidet zwischen:

- akquisitorische Distribution
- physische Distribution

Zu den Vorteilen des direkten Vertriebes zählt man:

- die effiziente Einführung neuer Produkte

Zu den Entscheidungsfeldern der Distributionspolitik zählt man:

- Absatzkanal
- Absatzmittler
- Distributiionsgrad
- Aufgabenverteilung
- Transport
- Lager
- Logistik
- Kooperationsintensität
- Vertragssysteme
- Organisation

### Nennen Sie einige mögliche Aufgaben des Großhandels

- Einkauf und Sortimentzusammenstellung
- Mengenauflösung (Bulkbreaking)
- Transport
- Risikoübernahme
- Marktinformationen über Wettbewerber
- Verkaufsförderung
- Absatzförderung
- Managementdienstleistung, wie zB Ausbildung der Verkäufer
- Finanzierung
- Management Beratung

zum mehrstufigen indirekt Vertrieb zählen folgende Stufen

- Die Verkaufsorgane des Herstellers
- Großhändler
- Einzelhändler

Das Lieferservice besteht aus folgenden Logistikleistungen

- Lieferzeit
- Lieferbereitschaft
- Liefergenauigkeit
- Lieferflexibilität

**Nennen Sie Kriterien zur Auswahl von Absatzmittlern.**

- Bonität
- Vertriebskosten
- Qualifikation der Beratung
- Gesetzliche Voraussetzung

**Welche Taktik sichert im indirekten Vertrieb die erfolgreiche Akquisition?**

- Die Push and Pull Methode

**Welche Ziele der Absatzpolitik kennen Sie ?**

- Ökonomische Ziele
- Versorgungsziele
- Psychologische Ziele

**Welche Betriebsform des Einzelhandels lässt sich wie folgt beschreiben: Eine Betriebsform mit einem Warenangebot mit großer Sortenvielfalt d.h. tiefem und breitem Sortiment sowie Beratung und Bedienung. Fachgeschäfte**

**Die Lieferbedingung "ab Werk" werden nach den "Incoterms" mit 3 Buchstaben abgekürzt. Wie lauten diese 3 Buchstaben ?**

EXW

**Als Absatzhelfer bezeichnet man rechtlich selbstständige Organe, die im Distributionsprozess unterstützend wirksam werden und Eigentum an der Ware erwerben?**

Falsch

**Ein Vorteil des indirekt Vertriebs ist die geringe Kapitalbindung.**

Wahr

## Test 8

Ordnen Sie die Schritte der Evolutionsstufen der elektronischen Geschäftsabwicklung richtig zu.

- Website – Information
- Interaktion – e-Kommunikation
- Transaktion – e-commerce
- Integration – e-business
- Innovation – net-economy

Bringe die Wertkette der Neteconomy in die richtige standardmäßige Reihenfolge

- 1: Informationen sammeln
- 2: Informationen systematisieren
- 3: Informationen auswählen
- 4: Informationen kombinieren
- 5: Informationen verteilen
- 6: Informationen austauschen
- 7: Informationen bewerten
- 8: Informationen anbieten

Teile die 5 Kondratieffzyklen richtig zu

- 1: Massenproduktion
- 2: Warenverteilung
- 3: Massenkonsum
- 4: Massenverkehr
- 5: Weltwirtschaft

Ordnen Sie den Wert eines Netzwerkes den unterschiedlichen Theorien zu.

- Metcalfes law –  $n(n-1)/2$
- Reed's law –  $2^n$ ,
- Odlyzko/Tilly's law –  $n \lg(n)$

Welche Abmessungen (in Pixel) hat ein Full Banner ?

468 x 60

Welche drei Banner-Abrechnungsmodelle werden praktisch eingesetzt ?

- Pauschalen für einen bestimmten Zeitraum
- Anzahl der Sichtkontakte (TKP)
- Erfolgsabhängige Provisionen

Wie nennt man eine der wichtigsten Messgrößen, wenn eine Werbekampagne hinsichtlich ihres online Erfolges analysiert werden soll (click/advviews)

Clickrate

Was kann e-business ?

- Es ist ein Werkzeug zur besseren Identifikation von Kundenbedürfnissen
- Es ist ein Werkzeug zur Verbesserung des internen Informationsflusses
- Es ist ein effektives Steuerungselement für interne Prozesse

**Welche der nachfolgenden Beschreibungen bezeichnet eine englische Auktion ?**

Kontinuierliches preissteigendes Verfahren. Bieter können die Gebote anderer sehen und entsprechend reagieren. Es gewinnt das höchste Gebot.

**In welche 4 Basisgeschäftsmodelltypen (nach B.Wirtz) teilt man die Wertschöpfungsmöglichkeiten e-business.**

Content

Commerce

Connection

Context

**Benenne die Anforderungen an ein Zahlungsmittel langfristige Wertspeicherfunktion zweckmäßige Teilbarkeit**

Schutzmechanismen vor Betrug, z.B. Fälschung, Kopieren, Mehrfacheinreichung

Zirkulationsfähigkeit, so dass eine Tauschmittelfunktion zwischen Handelspartnern gewährleistet werden kann

**An welche Firma wurde im Jahre 1994 der erste Banner verkauft ?**

At&t

**Wie nennt man im online-Marketing Großhändler/Einzelhändler/Franchiser ?**

Infomediär

**Digitale Produkte haben bei steigender Anzahl ein ausgeprägtes Stückkosten-Optimum ?**

falsch

**Digitale Güter haben hohe Verfielfältigungskosten ?**

falsch

## Test 9

**Bringe das Kommunikationsmodell von Lasswell in die korrekte Reihenfolge**

- 1: Wer, Werbeobjekt
- 2: sagt was, Werbebotschaft
- 3: auf welchem Kanal, Werbemittel
- 4: zu wem, Werbezielgruppe
- 5: mit welcher Wirkung

**Benenne die einzelnen Phasen des persönlichen Verkaufs**

- 1: Die Gesprächseröffnung
- 2: Die Bedarfsanalyse
- 3: Die Produktpräsentation
- 4: Der Abschluss

**Zu den Kommunikationsinstrumenten above the line zählt man**

- Die klassische Werbung
- Die Verkaufsförderung
- Den persönlichen Verkauf

**Die 4 Buchstaben der AIDA Formel von Lewis (1898) haben folgende Bedeutung.**

- Attention
- Interest
- Desire
- Action

**Zu den Kommunikationsinstrumenten below the line zählt man**

- Die Direktwerbung
- Eventmarketing

**Benennen Sie die möglichen Ausrichtungen des Werbebudgets.**

- am Umsatz bzw. Absatz in %
- am Gewinn, an der Konkurrenz
- an den Werbezielen/-aufgaben

**Zu den Elementen der Copy Strategie zählt man nachstehende Inhalte.**

- Der Kundennutzen (USP)
- Der "Reason Why"
- Die Tonality

**Zähle die 10 kreativen Stile zur Gestaltung von Werbemitteln auf.**

- Symbol
- Slice of Life
- Slice of movie
- Problemlöser
- Analogien
- Musik
- Demonstration
- Vergleich
- Presentator
- Testimonial

Die Zahl der Besuche einer Webseite in einem bestimmten Zeitraum (idR ein Monat) nennt man:

Visit

Eines der vielen Werbezwecke der klassischen Werbung könnten Informationen zu Sonderangeboten sein ?

Wahr

Ein Inserat ist ein Werbeträger ?

Falsch

Dies ist eine seriflose Schriftart und ist daher besser für die Lesbarkeit am Bildschirm geeignet? Ist diese Aussage richtig ?

Wahr

Unter Verkaufsförderung versteht man absatzfördernde Maßnahmen die neben anderen Eigenschaften zeitlich begrenzt sind?

Wahr

## Test 10

Zählen Sie beginnend mit der Situationsanalyse die Phasen des Marketing Management Zyklus auf.

1 Situationsanalyse

2 Ziele

3 Strategien

4 Budget

5 Marketingmix

6 Organisation

7 Controlling

**Benennen Sie die inhaltlichen Aufgaben des Marketingmanagements.**

handelsbezogene Aufgaben

marktbezogene Aufgaben

produktbezogene Aufgaben

konkurrenzbezogene Aufgaben

**Welcher Marketing Kontrolltypus klärt folgende Frage des Kontrollziels."Wo liegen die Optimierungspotenziale ?"**

Die Effizienzkontrolle

**Nennen Sie Informationssysteme des Marketing Controlling**

Vertriebserfolgsrechnung

Kundenstatistik

Marktergebnisrechnung

Marketinbericht

Executive Summary

**Nennen Sie die Nachteile einer Linienorganisation**

Verlust von Know How

Doppelarbeiten

Schwerfällig

**Benennen Sie die Vorteile der Matrixorganisation Wählen Sie eine oder mehrere Antworten:**

Höhere Transparenz

Zugriff auch temporär auf Spezialisten

Schnelle Umsetzung von Know-how

**Wie nennt man fallweise durchgeführte, systematische Überprüfungen der**

Marketingleistung eines Unternehmens

Marketingaudits

**Wenn eine Aufbauorganisation in mehrdimensionaler Form nach drei Dimensionen gegliedert wird, bezeichnet man diese Form als .....-Organisation.**

Tensor-Organisation

**Eine Marketingorganisation die sich nach Regionen orientiert ermöglicht das entstehen regionaler "Fürstentümer"**

Wahr

**Die ABC Analyse ist (auch) ein Instrument des Marketing Controlling**

Wahr