

Klausur zum Hauptdiplom

Marketing 2 (WI) im SS 2006 (D721-17721 bzw. 220 020)

Name:

Vorname:

Mat.-Nr.:

Vom Prüfer auszufüllen

Aufgabe	Erster Teil	1	2	3	4	5	6	Σ
Max. Punkte	60	10	17	8	16	4	5	120
Erreichte Punkte								

Die Klausur besteht aus zwei Teilen. Im ersten Teil stehen Ihnen drei Fragen zur Auswahl, von denen genau eine zu bearbeiten ist. Im zweiten Teil sind alle Fragen zu bearbeiten.

Erlaubte Hilfsmittel: Keine.

Dauer der Klausur: 120 Minuten

Bitte nutzen Sie ausschließlich das Ihnen ausgehändigte Papier – auch für die Erstellung des Konzeptes. Lassen Sie rechts einen Korrekturrand von drei Zentimetern. Beschriften Sie jeweils die erste Seite eines Bogens mit Namen, Vornamen und Matrikel-Nummer.

Es sind sämtliche Papiere (auch das Konzeptpapier) und die Aufgabenblätter abzugeben!

Bitte prüfen Sie vor der Bearbeitung der Aufgaben zunächst die Vollständigkeit der Aufgabenblätter (Anzahl: vier Seiten).

Viel Erfolg!

Erster Teil (60 Punkte)

Bitte bearbeiten Sie genau eine Themenstellung.

Beachten Sie bei der Bearbeitung des ersten Teils, dass die *Diskussion* einer Aussage **mehr** als nur ein einziges dafür bzw. dagegen sprechendes Argument erfordert. Beachten Sie darüber hinaus, dass die *Bewertung* einer Aussage **mehr** als nur zwei Begründungen erfordert, die für das von Ihnen getroffene Urteil sprechen.

Thema 1:

Diskutieren Sie die Eignung des Sprichworts "Put all your eggs in the one basket – and watch that basket" („Lege alle Eier in einen Korb – und beobachte diesen Korb“) für Produkt-Markt-Entscheidungen im Sinne Ansoffs.

Hinweis zur Bearbeitung von Thema 1:

Gehen Sie bei der Bearbeitung des Themas davon aus, dass mit „Eier“ ausschließlich das bestehende Leistungsangebot des Unternehmens gemeint ist und mit „Korb“ die Bedienung von schon vom Unternehmen bedienten Märkten gemeint ist.

Thema 2:

Bewerten Sie die Aussage, dass das Umsetzen der Porterschen Wettbewerbsstrategie der Kostenführerschaft (der Preis-Mengen-Strategie) zu einem Wettbewerbsvorteil führt.

Thema 3:

Bewerten Sie die folgende Aussage: „Das Angebot von genau einem Produkt für alle Marktsegmente ist mit dem unternehmerischen Leitbild des Marketing vereinbar.“

Hinweis zur Bearbeitung von Thema 3:

Konzentrieren Sie sich bei der Bearbeitung des Themas auf die Darstellung des unternehmerischen Leitbilds des Marketing.

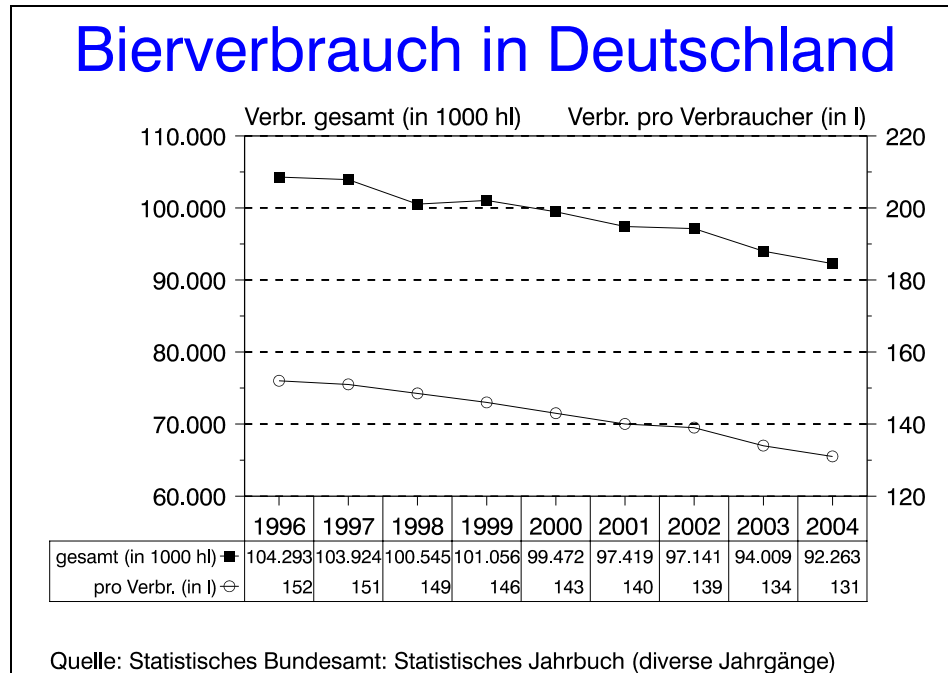
Zweiter Teil (60 Punkte)

Aufgabe 1:

Definieren Sie den Begriff „Markt“ so, dass damit der Schauplatz des unmittelbaren Wettbewerbs gemeint ist. (10 Punkte)

Aufgabe 2:

Der Bierkonsum ist seit einigen Jahren in Deutschland rückläufig. Die entsprechenden Daten finden Sie in der Abbildung unten.



1. Berechnen Sie aus den angegebenen Daten den Wert der Kennzahl, die im Portfolio der Boston-Consulting-Group zur Bewertung des exogenen Faktors verwendet wird, für das als repräsentativ anzunehmende Jahr 2004. (5 Punkte)
2. Welche verschiedenen Strategien werden in dieser Marktsituation einem Unternehmen als „Normstrategie“ gemäß der Portfolio-Analyse der Boston-Consulting-Group empfohlen? Beschreiben Sie diese. (12 Punkte)

Hinweis zur Bearbeitung von Aufgabe 2:

- Gehen Sie bei der Beantwortung der Fragen davon aus, dass der in der Abbildung sich zeigende Trend auch mittel- und langfristig andauern wird.
- Gehen Sie darüber hinaus bei der Beantwortung der Fragen davon aus, dass durch die gezeigten Daten der relevante Markt beschrieben wird.

Aufgabe 3:

Beschreiben Sie in Bezug auf drei unterschiedliche Funktionsbereiche eines Unternehmens mittels je eines Beispiels, wie ein Unternehmen seine Marktaustrittsbarrieren verringern kann. Definieren Sie zuvor, was unter „Marktaustrittsbarrieren“ verstanden wird. (8 Punkte)

Aufgabe 4:

- Was versteht man unter Konsumentenverhalten? (4 Punkte)
- Wie beeinflusst staatliches Handeln das Konsumentenverhalten? (4 Punkte)
- Wie beeinflussen soziale Werte das Konsumentenverhalten? (4 Punkte)
- Wie beeinflussen soziale Normen das Konsumentenverhalten? (4 Punkte)

Hinweis zur Bearbeitung der Aufgabe 4:

Beantworten Sie die Teilfragen (b) bis (d) in allgemeiner Form und auch anhand eines Beispiels.

Aufgabe 5:

Was versteht man unter „direkter Nachfrage“, was unter „derivativer Nachfrage“? (4 Punkte)

Aufgabe 6:

Unten wird das Ergebnis einer Analyse des Krebsregisters in der Schweiz beschrieben. Welche Aussage ist Ihrer Meinung nach anhand der vorliegenden Daten über die Art des Zusammenhangs zwischen ausgeübtem Beruf und Nasen- und Nasennebenhöhlenkrebs möglich? (5 Punkte)

N 77, 30.11.2005, S. 32

Erhöhtes Krebsrisiko in vielen Berufen

Studie untersucht Krebsrisiko am Arbeitsplatz

Verschiedene Berufe bergen unterschiedliche Krebsrisiken, das zeigt eine Studie. Das Risiko, an Nasenkrebs zu erkranken, ist bei Arbeitern mit Holz- und Lederstaubexposition erhöht, während Anwälte und Manager vermehrt zu Hautkrebs neigen. Landwirte haben wie Chemiarbeiter ein erhöhtes Risiko für Magenkrebs.

<p><i>(sda)</i> Elektrotechniker, Eisenbahnangestellte, Giessereiarbeiter oder Berufsschaufleute – in einer ganzen Reihe von Berufen besteht ein erhöhtes Krebsrisiko. Zu diesem Schluss kommt eine vergangene Woche in Bern vorgestellte Studie. Die Vereinigung der Schweizer Krebsregister untersuchte 58 134 Fälle von Neuerkrankungen, die zwischen 1980 und 1993 aufgetreten waren. Die Untersuchung wurde anlässlich der Tagung 2005 der Krebsliga Schweiz vorgestellt. Die Tagung befasste sich mit dem Thema «Krebsrisiken am Arbeitsplatz».</p> <p style="text-align: center;">Holz, Leder, Stein und Erde</p> <p>Die Studie basiert auf fünf der acht regionalen Krebsregister der Schweiz (beide Basel, Zürich,</p>	<p>Genf, Waadt und St. Gallen). Sie liefere interpretierbare Ergebnisse, obwohl sie nicht die ganze Schweiz abdeckte, sagte Christine Bouchardy, Chefärztin beim Krebsregister Genf, laut Redetext. Ein markantes Risiko für Nasen- und Nasennebenhöhlenkrebs sei bei Arbeitern mit Holz- und Lederstaubexposition beobachtet worden, sagte Bouchardy. Gleiches gelte für das Brustfellkrebsrisiko bei Stein- und Erdarbeitern, in weniger ausgeprägtem Mass bestehe dieses auch bei Bau- und Möbelschreineren.</p> <p>(...)</p>
--	--

Ende der Klausur