

## Klausur zum Hauptdiplom

### Marketing 2 (WI) im SS 2007 (D721-17721 bzw. 220 020)

Name:

Vorname:

Matr.-Nr.:

Vom Prüfer auszufüllen

Aufgabe	Erster Teil	1	2	3	4	5	6	7	$\Sigma$
Max. Punkte	60	19	9	8	5	4	8	7	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 fünf 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: drei 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 folgende Aussage: „Die Gestaltung des Unternehmensimages gehört zur Ebene der taktischen Planung.“

#### Hinweis zur Bearbeitung von Thema 1:

Gehen Sie davon aus, dass sich das Unternehmensimage im Produktangebot zeigt.

### Thema 2:

Diskutieren Sie die These von Porter, dass die „Strategie zwischen den Stühlen“ keine viel versprechende Alternative darstellt.

#### Hinweis zur Bearbeitung von Thema 2:

Beziehen Sie die These Porters auf die beiden Porter'schen gesamtmarktbezogenen Strategien.

### Thema 3:

Arie De Geus, früherer Head of Planning, Royal Dutch Shell, wird mit der folgenden Aussage zitiert: "The ability to learn faster than your competitors may be the only sustainable competitive advantage." Nehmen Sie diese Sentenz zum Anlass, um die nun folgende Themenstellung zu bearbeiten.

#### **Die Themenstellung lautet:**

Diskutieren Sie die Aussage: „Die im Verhältnis zu den Wettbewerbern schnellere Einführung von Marktneuheiten führt zu einer dauerhaften Marktdominanz.“

## Zweiter Teil (60 Punkte)

### Aufgabe 1:

- a) Was bedeutet „rationales“ Entscheiden? (4 Punkte)
- b) Nennen und beschreiben Sie die einzelnen Stufen des rationalen Entscheidungsprozesses. (15 Punkte)

**Aufgabe 2:**

- a) Definieren Sie „Markt“ im Sinn des Wettbewerbsrechts. (5 Punkte)
- b) Grenzen Sie den Begriff „Branche“ im Sinn der Klassifikation der Wirtschaftszweige (nach NACE) ab von dem Begriff „Markt“ im Sinn des Wettbewerbsrechts. (4 Punkte)

**Aufgabe 3:**

Was versteht Kotler unter „fokussiertem Marketing“ – was unter „Generic Concept of Marketing“? (8 Punkte)

**Aufgabe 4:**

Ist folgende Aussage korrekt: "Weil unser Umsatz gestiegen ist, hat sich auch unser wertmäßiger Marktanteil vergrößert."? Begründen Sie Ihre Auffassung und definieren Sie zuvor „wertmäßiger Marktanteil“. (5 Punkte)

**Aufgabe 5:**

Im Marktanteil-Marktwachstum-Portfolio der Boston Consulting Group wird das Marktwachstum als Indikator für Marktattraktivität angenommen. Wie lässt es sich begründen, dass ein hohes Marktwachstum gemäß dem Marktanteil-Marktwachstum-Portfolio der Boston Consulting Group für eine hohe Attraktivität des Marktes steht? (4 Punkte)

**Aufgabe 6:**

Tritt durch eine wirtschaftlich erfolgreich umgesetzte laterale Diversifikation stets eine Minderung des auf das Unternehmen bezogenen Absatzrisikos (Marktrisikos) ein? Begründen Sie Ihre Antwort. Beschreiben Sie zuvor, was unter der lateralen Diversifikation verstanden wird. (8 Punkte)

**Aufgabe 7:**

Ein Unternehmen möchte die Preis-Absatz-Funktion für ein bestimmtes Produkt ermitteln. Durch welche empirische Vorgehensweise kann eine Aussage über die Kausalität möglich werden? Beschreiben Sie zuvor den durch die Preis-Absatz-Funktion vermuteten kausalen Zusammenhang. (7 Punkte)

**Ende der Klausur**