



KLAUSUR: MARKETING-KONZEPTE WS 98/99
PRÜFER: PROF. DR. ERICHSON

Als Hilfsmittel sind zugelassen: elektronische Hilfsmittel lt. Aushang des Prüfungsausschusses

Die folgenden Aufgaben sind alle zu bearbeiten. (Die Sollbearbeitungszeit ist für jede Aufgabe angegeben.)

Aufgabe 1 (12 Min.)

Individualisierung bildet einen Mega-Trend im Marketing.

- Skizzieren Sie Ursachen und Auswirkungen dieses Trends!
- Welche Rolle spielen elektronische Technologien für die Ausgestaltung dieses Trends?
- Gehen Sie kritisch auf Probleme und Gefahren dieses Trends ein.

Aufgabe 2 (12 Min.)

Die Portfolio-Analyse wird zum Teil als das wichtigste Instrument der strategischen Planung gesehen.

- Skizzieren Sie den prinzipiellen Aufbau und die Zielsetzung der Portfolio-Analyse.
- Auf welchen theoretischen Annahmen basiert der BCG-Ansatz der Portfolio-Analyse?
- Welche Vor- und Nachteile besitzt der Ansatz der BCG gegenüber dem Ansatz von McKinsey?

Aufgabe 3 (12 Min.)

Skizzieren Sie das Marktevolutionsmodell von Kotler! Welche zentrale Rolle spielen Innovationen in diesem Modell?

Aufgabe 4 (12 Min.)

In der BSA von Porter nehmen Markteintritts- und Marktaustrittsbarrieren eine wichtige Stellung ein.

- Wie beeinflussen Markteintritts- und Marktaustrittsbarrieren die Wettbewerbsintensität und Rentabilität eines Marktes?
- Diskutieren Sie mögliche Markteintritts- und Marktaustrittsbarrieren am Markt für Armbanduhren im Premiumsegment, und beurteilen Sie diesen Markt!

Aufgabe 5 (12 Min.)

Innerhalb der strategischen Zielplanung nimmt das Leitbild einen wichtigen Platz ein.

- Welche Stellung besitzt dieses im Zielsystem der Unternehmung?
- Was sollte im Leitbild festgelegt werden, und was sollte deshalb beachtet werden?

Viel Erfolg!