

Marketing

Übungsaufgaben Kapitel 1

Vom Verkaufen zum Customer Relationship Management (CRM)

Aufgabe 17 – Erfahrungskurven-Analyse:

Was ist die zentrale Aussage des „Konzeptes der Erfahrungskurve“?
Welche Ursachen könnte es dafür geben?
Wie sieht der idealtypische Verlauf der Erfahrungskurve aus?

Lösung (1):

- zentrale Aussage:
 -
 -
 -

Lösung (2):

- Ursachen:



- idealtypischer Verlauf:

Aufgabe 18 – Anwendungsaufgabe Erfahrungskurven-Analyse:

Geben Sie die **Formel für die Berechnung der kumulierten Kosten der n-ten Einheit eines Produktes bei einer festen Lernrate L** an!

Berechnen Sie anschließend anhand dieser Formel:

- a) die Kosten für die zehnte Einheit
 - b) die Kosten für die dreißigste Einheit
 - c) die Kosten für die fünfzigste Einheit
- bei einer Lernrate L von 85%.

Die Kosten der ersten Einheit belaufen sich auf 110 €. Zu Beginn werden 10 Einheiten hergestellt.

Lösung:

Formel zur Berechnung der kumulierten Kosten der n-ten Einheit bei einer festen Lernrate L:

-
-
-
-
-

Berechnungen:

-
-
-

Aufgabe 19 – Marketing-Instrumente:

Nennen und erläutern Sie kurz die **vier Instrumente des Marketings!**

Lösung (1):

- -
 - >
- -
 - >

Lösung (2):

- -
 - >
- -
 - >

Aufgabe 20 – Marketing-Mix:

Erläutern Sie den Begriff **Marketing-Mix!**

Lösung:

-
-

Marketing

Übungsaufgaben Kapitel 2

Markt und Konsumverhalten

Aufgabe 1 – „vollkommener Markt“:

Was ist der sogenannte „**vollkommene Markt**“ und welche **Merkmale (Voraussetzungen)** besitzt dieser?

Lösung (1):

- vollkommener Markt:
 -

Lösung (2):

- Merkmale:



-
-



-



-



-

Lösung (3):

- Merkmale (fortgesetzt):



-



-



-

Aufgabe 2 – Marktformen:

Grenzen Sie die Begriffe „**Monopol**“, „**Oligopol**“ und „**Polypol**“ voneinander ab! Erläutern Sie auch die jeweiligen **Unterarten** und geben Sie jeweils ein **Beispiel** an!

Lösung (1):

1. Monopol:

-
- -
 -

Lösung (2):

1. Monopol (fortgesetzt):

- -
 -
 -
- -
 -

Lösung (3):

2. Oligopol:

-
- -
 -
- -
 -
- -
 -

3. Polypol:

-
-

Aufgabe 3 – „Involvement“:

Definieren Sie den Begriff **„Involvement“**! Wie unterscheiden sich **High- und Low-Involvement** voneinander? Nennen Sie jeweils ein **Beispiel**!

Lösung (1):

- Involvement:
 -
 -
- High-Involvement:
 -
 -
- Low-Involvement:
 -
 -

Aufgabe 4 – Marktgrößen:

Was ist unter den Begriffen „**Marktkapazität**“, „**Marktpotenzial**“, „**Marktvolumen**“, „**Marktanteil**“ und „**Sättigungsgrad**“ zu verstehen?

Lösung (1):

- Marktkapazität:
 -
 -
- Marktpotenzial:
 -

Lösung (2):

- Marktvolumen:
 -

- Marktanteil:
 -

 - Formeln:
 - absoluter Marktanteil:

 - relativer Marktanteil:

- Sättigungsgrad:
 -

Aufgabe 5 – Anwendungsaufgabe Marktgrößen:

Ein Unternehmen verkauft von einem Produkt in einem bestimmten Gebiet 11 Mio. Stück. Laut einer Umfrage sind in diesem Gebiet maximal 240 Mio. Stück des Produktes absetzbar. Das Unternehmen möchte davon mittelfristig 10% ausschöpfen. Aktuell werden in betrachteten Gebiet 80% abgedeckt.

Ermitteln bzw. Berechnen Sie das **Markt- und Absatzpotenzial**, das **Markt- und Absatzvolumen** und den **Marktanteil**.

Lösung (1):

Marktpotenzial =

Absatzpotenzial =

=

Lösung (2):

Marktvolumen =

=

Absatzvolumen =

Marktanteil =