

# Marketing

## Übungsaufgaben Kapitel 1

### Vom Verkaufen zum Customer Relationship Management (CRM)

## **Aufgabe 18 –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 19 – 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.

Stellen Sie anschließend die Erfahrungskurve bis zur 120. Einheit grafisch dar.

## Lösung (1):

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

- 
- 
- 
- 
- 

Berechnungen:

- 
- 
-

**Lösung (2):**

Erfahrungskurve (graphisch):

# Marketing

## Übungsaufgaben Kapitel 2

### Markt und Konsumverhalten

## Aufgabe 1 – 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 2 – „S-O-R-Modell“:

Erläutern Sie das **S-O-R-Modell** und welche **Bedeutung** dies für das Marketing besitzt! Wo sehen Sie die **Grenzen des Modells**?

### Lösung (1):

- S-O-R-Modell:



-

## Lösung (2):

- Grenzen:



### **Aufgabe 3 – „Involvement“:**

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

#### **Lösung (1):**

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

## **Aufgabe 4 – Kriterien der Marktsegmentierung:**

Nach welchen **Kriterien** lassen sich Märkte segmentieren? Nennen Sie jeweils drei Beispiele!

### **Lösung:**

- -
- -
- -
- -

## Aufgabe 5 – 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 6 – 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):**

**Lösung (2):**