

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):

Aufgabe 20 – Differenzierung der Tauschobjekte nach Kaufverhalten:

Welche **Tauschobjekte** werden bei der **Differenzierung** nach dem **Kaufverhalten** unterschieden? Nennen und erläutern Sie kurz die unterschiedlichen Gruppierungen!

Lösung:

-
-
-
-

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:

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

Aufgabe 4 – Kriterien der Marktsegmentierung:

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

Lösung:

- -
- -
- -
- -