



**KLAUSUR:            MARKETING-KONZEPTE WS 95/96**  
**PRÜFER:             PROF. DR. B. ERICHSON**

**Als Hilfsmittel sind zugelassen: keine Hilfsmittel**

Der Klausuraufgabenbogen umfaßt 2 Seiten.

**Die folgenden 6 Aufgaben sind alle zu bearbeiten (Sollbearbeitungszeit je Aufgabe: 10 Min.):**

**Aufgabe 1:**

Erläutern Sie den Individualisierungs- und Globalisierungstrend im Marketing. Gehen Sie dabei auch auf den Konflikt zwischen dem Anspruch des Marketing, differenzierte Bedürfnisse zu erfüllen, auf der einen Seite und globaler Standardisierung andererseits ein!

**Aufgabe 2:**

Welche Beziehungen können zwischen Zielen auf horizontaler Ebene bestehen? Erläutern Sie die Zusammenhänge sowohl verbal als auch graphisch und nennen Sie jeweils Beispiele!

**Aufgabe 3:**

Portfolio-Analyse:

- a) Erläutern Sie den Aufbau des Portfolio-Analyse-Konzeptes der BCG!
- b) Welchen Zielsetzungen dient die Portfolio-Analyse?
- c) Auf welchen theoretischen Konzepten basiert sie?

**Aufgabe 4:**

Was sind Wettbewerbsvorteile und welche Rolle spielen diese im Strategiekonzept von Porter?

**Aufgabe 5**

Markentransfer:

- a) Nennen Sie die Gründe für die Zunahme des Markentransfers!
- b) Erläutern Sie Zielsetzungen und zeigen Sie Gefahren auf!
- c) Welcher Unterschied besteht zwischen produkt- und nutzungeprägtem Image einer Marke für deren Transferfähigkeit?



**Aufgabe 6:**

PIMS-Forschung:

- a) Erläutern Sie Zielsetzung und Methodik der PIMS-Forschung!
- b) Nennen Sie wichtige Erfolgsfaktoren, die sich im Rahmen der PIMS-Forschung gezeigt haben!
- c) Gehen Sie auf den Unterschied zwischen Marktanteil und ROI bei der PIMS-Forschung einerseits und beim Ansatz von Porter andererseits ein!

**Viel Erfolg!**