**LFK BESCHAFFUNG, FERTIGUNG & MARKETING (83,8%)**

**Frage 1:**

Corporate Behavior

Corporate Design

Corporate Communication

**Frage 3:**

Zeitliche Funktion

Kreditfunktion

Quaitätsfunktion

Räumliche Funktion

Werbefunktion

Quantitätsfunktio

**Frage 4:**

Preiserwartung

Preiswahrnehmung

Preisgünstigkeit

Preiswürdigkeit

**Frage 5:**

Weil bei heterogenen Gütern jedes UN einen eigenen Preis definieren kann

Weil bei homogenen Gütern ein einheitlicher Marktpreis existiert

**Frage 6:**

Das Verhältnis von Preis und Qualität

**Frage 8:**

Isoquanten werden im Ertragsgebirge beschrieben

Beschreiben einen identischen Output bei unterschiedlichen Faktorkombinationen

**Frage 9:**

Bei situativ wechselndem Bezug: Jeweils bester Preis

Bei Quote: Mengenabsicherung

Wettbewerb, kurzfristig und langfristig

Flexibilität im Lieferantenbezug

**Frage 11:**

Alle Antworten richtig!!!

**Frage 12:**

Bezug von einbaufertigen umfassenden Modulen von nur wenigen Lieferanten

**Frage 13:**

Keine der Antworten ist richtig

**Frage 14:**

Den Bedarfsverbund

Den Kaufverbund

Den Nachfrageverbund

**Frage 16:**

ABC Analyse

XYZ Analyse

**Frage 17:**

Führung

Mitarbeiterzufriedenheit

Ressourcen

Mitarbeiterorientierung

Politik und Strategie

Kundenzufriedenheit

Prozesse

**Frage 18:**

Horizontale, vertikale und laterale Produktionsdiversifikation

**Frage 19:**

Räumliche, zeitliche und sachliche Abgrenzung

**Frage 20:**

Keine der Antworten ist richtig

**Frage 21:**

Keine der Aussagen ist richtig

**Frage 22:**

Produktbezogene Dienstleistung

Verpackung

Produktkern

Produktmarkierung

Produktdesign

**Frage 23:**

Keine der Antworten ist richtig

**Frage 24:**

Übersichtliche Darstellung der Ergebnisse möglich

Einfache Anwendbarkeit

**Frage 25:**

Uno-actu-Prinzip

Integration des externen Faktors

Fehlende Lagerfähigkeit

Immaterialität

**Frage 26:**

Kundenkontakt

Flexibilität

**Frage 28:**

Gozinto-Verfahren

Dispositionsstufenverfahren

**Frage 31:**

Die Messung ist mitunter komplexer als bei ökonomischen Zielen

Sie knüpfen an den geistigen Verarbeitungsprozessen von Konsumenten an

**Frage 33:**

Beschaffungszeit

Lieferzuverlässigkeit

Qualität

**Frage 34:**

Die Regressionsanalyse beschreibt die Art des Zusammenhangs

Die Regressionsanalyse dient der Analyse von Beziehungen zwischen einer abhängigen und einer oder mehrerer unabhängigen Variablen

**Frage 35:**

Können auch als Produktionskoeffizienten bezeichnet werden

Geben die Input-Output Relation wieder

**Frage 36:**

Alles außer Beschaffung UND Kostenrechnung

**Frage 37:**

Single Sourcing

Die Nutzung programmorientierter Bedarfsermittlung

Qualitätsmanagement

Partnerschaftliche Lieferanten-Abnehmer-Beziehung

**Frage 38:**

Die gedankliche und verbindliche Vorstufe zur Verbalisierung und Visualisierung der Werbebotschaft

**Frage 39:**

Mengenstücklisten

Baukastenstücklisten

Variantenstücklisten

**Frage 40:**

Nein

Economies of scale gibt es nur bei linearem Gesamtkostenverlauf

**Frage 41:**

Nie schneiden

**Frage 42:**

Der Darstellung des Ertragsgesetzes

Der Berücksichtigung substitutionaler Faktoreinsatzverhältnisse

**Frage 43:**

Die Knoten stehen für Güterarten

Gozintografen eignen sich auch für die Darstellung vernetzter Erzeugnisstrukturen

Ist ein Verfahren zur Darstellung von Erzeugnisstrukturen

**Frage 44:**

Event Marketing

Persönlicher Verlauf

Public Relations

Sponsoring

Klassische Werbung

**Frage 45:**

Alles außer Ist mit der Idee des ECR identisch UND Beinhaltet Efficient Store Assortment

**Frage 46:**

Der Vorteil der Markierung läge in der Realisierung einer monopolistischen Konkurrenz

Die Markenbereitschaft der Konsumenten in dieser Branche ist zu überprüfen

**Frage 47:**

Aufgrund der Informationsasymmetrie muss die Kommunikationspolitik in der Regel intensiver sein als bei Suchgütern

Es liegt Informationsasymmetrie vor, die beim Käufer für einen höheren Informationsbedarf sorgt

**Frage 48:**

Produktdifferenzierung

Zugang zu Absatzkanälen

Economies of Scale

Drohpotenzial der etablierten UN in Bezug auf die Kapazitäten

**Frage 49:**

Umsatz abzüglich der variablen Kosten abzüglich der erzeugnisfixen Kosten

**Frage 50:**

Qualitätsziel

Kostenziel

Logistikziel

**Frage 51:**

Alles außer Jeder Vorgang hat mindestens einen Nachfolger UND Jeder Vorgang hat mindestens einen Vorläufer

**Frage 52:**

Komplementäre Beziehung von Produkten

Der Kauf mehrerer Artikel bei einer Gelegenheit

Komplementäre Produkte, die in einem einzigen Geschäft gekauft werden

**Frage 53:**

Effektivitätskriterium versus Effizienkriterium

Langfristig versus Kurzfristig

Verzögert versus sofort wirksam

Strukturbestimmend versus ablaufbestimmend

**Frage 54:**

Umfasst u.a. die Inneneinrichtung, Gebäude und Außenanlagen eines UN

Ist bei Dienstleistungen aufgrund der Immaterialität der Dienstleistungen von besonderer Bedeutung

Gehört zu den 7 Ps des Marketings

**Frage 55:**

Werkstattfertigung

Sortenfertigung

Fließfertigung

Einzelfertigung

**Frage 56:**

Bei Sonderaktionen z.B. im Rahmen von Räumungsverkäufen

Bei Produkteliminierungsabsichten

Bei Markteinführung

**Frage 59:**

Kosten für Terminüberschreitungen

Lagerkosten

Leerkosten

Einrichtekosten

**Frage 60:**

Menge einer Sorte, welche ohne Unterbrechung hergestellt wird, bevor die Produktionsanlage auf die nächste Sorte umgestellt wird

Menge eines Produktes, welches ohne Unterbrechung hergestellt wird, bevor die Produktionsanalyse auf die nächste Sorte umgestellt wird