

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 1 von 40: Welche Aussagen über das Marketing sind richtig?

Das Marketing ist eine Querfunktion durch das gesamte Unternehmen.

Das Marketing ist für das Erfinden neuer Produkte, so genannter Innovationen, nicht zuständig. Dies ist Aufgabe der F&E-Abteilung.

Im strategischen Dreieck unterscheidet man Wettbewerber, Kunden und das eigene Unternehmen.

Das Marketing ist ausgerichtet am Kundennutzen und am Wettbewerbsvorteil.

Viele Entscheidungen im Marketing werden 'aus dem Bauch heraus' gefällt. Hier geht es in erster Linie um Feingefühl und Intuition.

zurück 1. Welche Aussagen über das Marketing sind richtig? vor

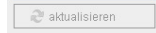
- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet
 - Hinweisstext

Menu

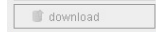
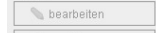


Aktionen:

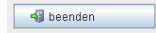
Projektübersicht:



Projekt:



Programm:



Frage 2 von 40: Der Fokus wandert von den Shareholdern zunehmend zu den Stakeholdern. Von Stakeholdern spricht man z.B. bei

- Medien.
- Absatzmittlern.
- staatlichen Stellen.
- Lieferanten.
- Verbänden.



2. Der Fokus wandert von den Shareholdern zunehmend zu den Stakeholdern. Von Stakeholdern spricht man z.B. bei



Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet.
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft.
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert.
- Die Frage wurde korrekt beantwortet.
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 3 von 40: Welche Elemente umfasst der Begriff der Corporate Identity beispielhaft?

- Corporate Catalog
- Corporate Communication
- Corporate Organisation
- Corporate Design
- Corporate Behavior
- Corporate Motion

zurück 3. Welche Elemente umfasst der Begriff der Corporate Identity beispielhaft? vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- ⊕ Die Frage wurde korrekt beantwortet
- ⓘ Hinweisext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 4 von 40: Die unternehmensexterne Wertschöpfungskette ...

- ... bildet die Grundlage der Idee der Supply Chain.
- ... dient der Analyse von unternehmensinternen Kostenstrukturen.
- ... analysiert die beteiligten Branchen zur Erstellung der Leistung bis zum Verbrauch durch den Käufer.
- ... beginnt üblicherweise beim Rohstoffabbau und endet mit dem Verkauf an den Endabnehmer.
- ... beschreibt die Funktionen zur Erstellung der Leistung bis zum Verbrauch durch den Käufer.

zurück 4. Die unternehmensexterne Wertschöpfungskette ... vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 5 von 40: Der Marketingplanungsprozess besteht aus den Phasen Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle. Die Planungsphase unterteilt sich in Unterschritte. Welche Reihenfolge haben diese Unterschritte?

- Ziel-Budget, Ziele und Segmente, Maßnahmen, Strategie.
- Ziele, Strategie, Budget und Segmente, Maßnahmen.
- Budget, Strategie und Maßnahmen, Ziele, Ziel-Segmente.
- Strategie, Ziele, Ziel-Segmente, Maßnahmen und Budget.
- Ziele und Ziel-Segmente, Strategie, Budget, Maßnahmen.

zurück 5. Der Marketingplanungsprozess besteht aus den Phasen Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle. Die Planungsphase unterteilt sich in Unterschrit... vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- ⊕ Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisext

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren
- Projekt:**
- bearbeiten
- speichern
- download
- upload
- Programm:**
- beenden

Frage 6 von 40: Welche der aufgeführten Elemente sind Bestandteile einer strategischen Marketingplanung?

- Maximierung des Gewinns
- Umfeldanalyse
- Anwendung von Portfolio-Modellen
- Teilpläne in Einkauf und Vertrieb
- Marktanalyse
- Erstellung von Planbilanzen

zurück

6. Welche der aufgeführten Elemente sind Bestandteile einer strategischen Marketingplanung?

vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 7 von 40: Unter Marktsegmentierung versteht man die Aufteilung eines Gesamtmarkts in

- bewusst verschieden große Teilmärkte, damit man bei den kleinen Marktsegmenten keine Ressourcen unnötig bindet.
- hinsichtlich ihrer Marktreaktion intern weitgehend homogene und gleichzeitig extern weitgehend heterogene Teilmärkte.
- Marktsegmente, die aufeinander aufbauen und zu einer Verkettung genutzt werden können.
- hinsichtlich ihrer Marktreaktion innerhalb relativ gleichartige und zugleich zueinander relativ verschiedenartige Teilmärkte.
- relativ gleich große Teilmärkte, damit diese rationeller bearbeitet werden können.

zurück 7. Unter Marktsegmentierung versteht man die Aufteilung eines Gesamtmarkts in vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 8 von 40: Welches sind die wesentlichen Eigenschaften von Marktsegmenten?

- Stabilität
- Profitabilität
- Seltenheit
- Tragfähigkeit
- Automatismus
- Messbarkeit
- Genialität
- Erreichbarkeit

zurück 8. Welches sind die wesentlichen Eigenschaften von Marktsegmenten? vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 9 von 40: Im Marketing werden, neben marktoekonomischen Zielen, auch marktpsychologische Ziele verfolgt. Was zeichnet diese Ziele aus?

Sie sind nicht messbar

Die Messung ist mitunter komplexer als bei ökonomischen Zielen

Sie sind unabhängig von den ökonomischen Zielen

Sie lassen sich nicht in Zahlen ausdrücken

Sie knüpfen an den geistigen Verarbeitungsprozessen von Konsumenten an

Sie sind für den Unternehmenserfolg nicht relevant

zurück 9. Im Marketing werden, neben marktoekonomischen Zielen, auch marktpsychologische Ziele verfolgt. Was zeichnet diese Ziele aus? vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 10 von 40: Die Grundstruktur von Portfolio-Konzepten beinhaltet welche der folgenden Elemente?

Vom Unternehmen direkt zu beeinflussende Faktoren.

Vom Unternehmen nicht direkt zu beeinflussende Faktoren.

Von der Organisationsstruktur abhängige Faktoren.

Von der Beschaffungsstrategie unabhängige Faktoren.

Von den Produkten abhängige Faktoren.

zurück 10. Die Grundstruktur von Portfolio-Konzepten beinhaltet welche der folgenden Elemente? vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 11 von 40: Gewinnmaximierung

Die Gewinnmaximierung ist für Dienstleister kein relevantes ökonomisches Ziel.

Keine der Aussagen ist richtig.

Die Gewinnmaximierung führt in allen Marktformen zu einem identischen Ergebnis.

Das Verfahren zur Gewinnmaximierung ist von der Marktform unabhängig.

Die Gewinnmaximierung ist in der heutigen Zeit der kurzfristigen Orientierungen von Unternehmen nicht mehr sinnvoll.

Die Kostenminimierung und die Erlösmaximierung sind notwendige Bedingungen für die Gewinnmaximierung.

← zurück 11. Gewinnmaximierung vor →

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- ⊕ Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 12 von 40: Das Lebenszyklusmodell im Marketing bezieht sich auf

- ein Unternehmen.
- eine Produktlinie.
- eine Managergeneration.
- eine Branche.
- ein Produkt.

zurück 12. Das Lebenszyklusmodell im Marketing bezieht sich auf vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

[aufrufen](#)

[aktualisieren](#)

Projekt:

[bearbeiten](#)

[speichern](#)

[download](#)

[upload](#)

Programm:

[beenden](#)

Frage 13 von 40: Welche Instrumente (Ps) können beispielsweise im Marketing-Mix unterschieden werden

Promotion (Kommunikationspolitik).

People/Personnel (Personalpolitik).

Phases (Phasenpolitik).

Position (Ortpolitik).

Primary (Primärpolitik).

Public (Öffentlichkeitspolitik).

Price (Preispolitik).

Process (Prozesspolitik).

[zurück](#) 13. Welche Instrumente (Ps) können beispielsweise im Marketing-Mix unterschieden werden [vor](#)

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

Projekt:

Programm:

Frage 14 von 40: Sie möchten in Ihrer Branche Ihr Produkt markieren, da das bisher noch kein anderes Unternehmen gemacht hat.

- Der Vorteil der Markierung läge in der Realisierung einer monopolistischen Konkurrenz.
- Die Markenbereitschaft der Konsumenten in dieser Branche ist zu überprüfen.
- Die Markenbereitschaft der Konsumenten zählt zu den Prädispositionen des Verhaltens und ist nicht zu ändern.
- Davon ist grundsätzlich abzuraten, da das offensichtlich in dieser Branche keinen Sinn zu machen scheint.
- Dazu ist auf jeden Fall zu raten, da offensichtlich hier eine Marktlücke zu bestehen scheint.
- Alle Antworten sind falsch.

14. Sie möchten in Ihrer Branche Ihr Produkt markieren, da das bisher noch kein anderes Unternehmen gemacht hat.

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet.
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft.
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert.
- Die Frage wurde korrekt beantwortet.
- Hinweisstext

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 15 von 40: In welche Elemente lässt sich die Produktdiversifikation unterteilen?

- Laterale Produktdiversifikation
- Emotionale Produktdiversifikation
- Vertikale Produktdiversifikation
- Monumentale Produktdiversifikation
- Horizontale Produktdiversifikation
- Diagonale Produktdiversifikation

← zurück

15. In welche Elemente lässt sich die Produktdiversifikation unterteilen?

vor →

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 16 von 40: Sie vertreiben ein hochwertiges Produkt mit einem hohen Anteil an Erfahrungsgut-Eigenschaften.

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

Der Preis des Produktes ist deutlich höher als bei Produkten mit Suchgut-Eigenschaften, da der Abnehmer die zusätzlichen Informationskosten anteilig tragen muss.

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

Da keine Informationsasymmetrie vorliegt, entspricht der Preis dem Preis von Suchgütern.

Informationsasymmetrie liegt hier nicht vor.

[← zurück](#) + 16. Sie vertreiben ein hochwertiges Produkt mit einem hohen Anteil an Erfahrungsgut-Eigenschaften. [vor →](#)

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet
 - Hinweisstext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 17 von 40: Bei einer Handelsmarke handelt es sich

- um eine Marke, mit der mehrere Absender überbetrieblich gemeinsam am Markt arbeiten.
- um die Übertragung einer Marke von einem Produkt auf ein anderes.
- um eine Marke, hinter der Hersteller und Handel gemeinsam als Markenabsender stehen.
- um eine Marke, bei welcher die Handelsstufe Absender der Marke ist.
- um eine Marke, die im Herstellungsprozess als Vorprodukt bezogen wurde und untergeht.

← zurück

17. Bei einer Handelsmarke handelt es sich

vor →

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 18 von 40: In welchen Situationen kann eine Kombination aus niedrigem Preis und hoher Produktqualität strategisch Sinn haben?

- Im Monopol
- Bei Produkteliminierungsabsichten
- Bei Sonderaktionen z.B. im Rahmen von Räumungsverkäufen
- In der Phase des Marktwachstums
- Bei anormaler Nachfragefunktion
- Bei Markteinführung

zurück 18. In welchen Situationen kann eine Kombination aus niedrigem Preis und hoher Produktqualität strategisch Sinn haben? vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- ⊕ Die Frage wurde korrekt beantwortet
- ⓘ Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 19 von 40: Preiswürdigkeit meint ...

... das Verhältnis von Preis zu Neuheitsgrad des Produkts (skimming pricing).

... das Verhältnis von Preis und Herstellungskosten.

... das Verhältnis von Preis und Qualität.

... das Verhältnis von Preis zu Image.

... das Verhältnis von Produktpreis zum Preis des Konkurrenzprodukts.

zurück **19. Preiswürdigkeit meint ...** vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 20 von 40: Hinsichtlich der Preisstrategie ergeben sich mehrere Möglichkeiten. Ein Abschöpfungspreis...

liegt dauerhaft über dem Marktdurchschnitt.

erschließt rasch Marktpotenziale.

ist grundsätzlich wettbewerbswidrig.

wechselt von Zeit zu Zeit auf ein höheres Niveau.

sinkt im Zeitablauf.

zurück

20. Hinsichtlich der Preisstrategie ergeben sich mehrere Möglichkeiten. Ein Abschöpfungspreis...

vor

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet.
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft.
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert.
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet.
 - Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 21 von 40: Was beschreibt die Copy-Strategie?

- Die Vorgehensweise vieler asiatischer Firmen bei der Nachahmung von Originalprodukten.
- Die möglichst effiziente Vorgehensweise in der Vervielfältigung von wichtigen Firmenunterlagen.
- Das Nachahmen erfolgreicher Unternehmensstrategien.
- Die Möglichkeit als Follower im Markt tätig zu werden.
- Die gedankliche und verbindliche Vorstufe zur Verbalisierung und Visualisierung der Werbebotschaft.

zurück 21. Was beschreibt die Copy-Strategie? vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 22 von 40: Einer der wesentlichen Merksätze in der Marketing-Kommunikation ist folgender: "Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler." Was drückt dieser Merksatz aus?

Kommunikation definiert sich immer vom Adressaten aus.

Der Erfolg von Werbung ist ggfls. recht genau messbar.

Der Erfolg von Werbung ist nicht messbar.

Kommunikation hilft verkaufen.

Kommunikation definiert sich immer vom Absender aus.

zurück 22. Einer der wesentlichen Merksätze in der Marketing-Kommunikation ist folgender: "Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler." Was ... vor

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet
 - Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 23 von 40: Welche klassischen Instrumente der Kommunikationspolitik lassen sich beispielhaft unterscheiden?

Sponsoring.

Eventmarketing.

Tageszeitung.

Persönlicher Verkauf.

Gewinn Gutscheine.

Klassische Werbung.

Public Relations.

← zurück

23. Welche klassischen Instrumente der Kommunikationspolitik lassen sich beispielhaft unterscheiden?

→ vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet.
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft.
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert.
- Die Frage wurde korrekt beantwortet.
- Hinweisstext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 24 von 40: Bei Reichweite, Kontaktintensität, Wirtschaftlichkeit und Affinität handelt es sich um

die Ergebnisse eines Intramedia-Vergleichs.

die Ergebnisse von Werbetestverfahren.

preistechnische Kennziffern.

Medialeistungswerte.

verkaufstechnische Kennzahlen.

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet
 - Hinweisext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 25 von 40: Suchmaschinen-Marketing im Internet unterteilt sich in zwei Bereiche, nämlich

die Suchmaschinen-Optimierung.

die Suchmaschinen-DNA.

die technische Optimierung der Auffindbarkeit und Zuordenbarkeit von Internetseiten.

die Platzierung von Werbung in Zusammenhang mit den Suchergebnissen.

die Suchmaschinen-Werbung.

zurück 25. Suchmaschinen-Marketing im Internet unterteilt sich in zwei Bereiche, nämlich vor

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet
 - Hinweisext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 26 von 40: Was versteht man unter einem Intermedia-Vergleich?

Ein Intermedia-Vergleich ist der Vergleich mehrerer Werbegattungen untereinander.

Ein Intermedia-Vergleich klärt die Wahl des besten Präsentationsmediums.

Ein Intermedia-Vergleich ist der Vergleich mehrerer Werbeträger innerhalb einer Werbemittelgattung.

Ein Intermedia-Vergleich bezieht sich auf technische, leistungsbezogene und qualitative Kriterien verschiedener Werbegattungen in der Mediaplanung.

Ein Intermedia-Vergleich ist ein Vergleich innerhalb eines Werbeträgers.

zurück 26. Was versteht man unter einem Intermedia-Vergleich? vor

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet
 - Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen
aktualisieren

Projekt:

bearbeiten
speichern
download
upload

Programm:

beenden

Frage 27 von 40: Welche Aussagen treffen auf das Direktmarketing als Instrument der Kommunikationspolitik zu?

- Beim Direktmarketing können einzelne Kunden direkt und individuell angesprochen werden.
- Beim Direktmarketing ist eine direkte und eindeutige Erfolgsbewertung möglich.
- Eine Direktmarketing-Maßnahme kann auch unter Verwendung der Massenmedien stattfinden, wenn die Maßnahme eine Reaktion des Rezipienten auslösen soll (Anruf, Coupon zurückschicken, Internetseite besuchen etc.).
- Beim direkten Vertrieb ist das Direktmarketing das einzig sinnvolle Kommunikationsinstrument.
- Es ist das einzige Instrument, bei dem Käufer und Verkäufer direkt und persönlich miteinander kommunizieren.

zurück 27. Welche Aussagen treffen auf das Direktmarketing als Instrument der Kommunikationspolitik zu? vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 28 von 40: Der Vertrieb kann in den direkten und indirekten Vertrieb unterschieden werden. Welche Aussagen treffen zu?

- Der Online-Vertrieb kann sowohl im Rahmen des direkten als auch des indirekten Vertriebs eingesetzt werden.
- Universal-, Selektiv- und Exklusivvertrieb sind Ausprägungen des indirekten Vertriebs.
- Handelsvertreter sind Angestellte des Unternehmens und daher dem direkten Vertrieb zuzuordnen.
- Der indirekte Vertrieb über den Einzelhandel bedingt zwingend auch den Einsatz des Großhandels.
- Bei komplexen und erklärungsbedürftigen Produkten eignet sich vorrangig der direkte Vertrieb.

zurück

+ 28. Der Vertrieb kann in den direkten und indirekten Vertrieb unterschieden werden. Welche Aussagen treffen zu?

vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet.
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft.
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert.
- Die Frage wurde korrekt beantwortet.
- Hinweisstext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 29 von 40: Bei welchen der nachfolgend genannten Formen handelt es sich um Betriebsformen des Großhandels?

Cash and Carry-Großhandel.

SB-Warenhaus.

Produktionsverbundhandel.

Strecken-Großhandel.

Genossenschafts-Großhandel.

zurück 29. Bei welchen der nachfolgend genannten Formen handelt es sich um Betriebsformen des Großhandels? vor

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet.
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft.
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert.
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet.
 - Hinweisstext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 30 von 40: Welcher Unterschied besteht zwischen einem Reisendem und einem Handelsvertreter?

Der Handelsvertreter erhält ein Festgehalt, der Reisende erhält im Regelfall Provision.

Der Reisende ist selbstständig tätig, der Handelsvertreter ist angestellt.

Der Reisende ist angestellt, der Handelsvertreter ist selbstständig tätig.

Es gibt keinen Unterschied zwischen Reisendem und Handelsvertreter.

Der Handelsvertreter erhält Provision, der Reisende erhält im Regelfall punktuelle Prämien.

zurück 30. Welcher Unterschied besteht zwischen einem Reisendem und einem Handelsvertreter? vor

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet
 - Hinweisstext

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren
- Projekt:
- bearbeiten
- speichern
- download
- upload
- Programm:
- beenden

Frage 31 von 40: Die Marktforschung lässt sich einteilen in Primär- und Sekundärforschung. Welche der folgenden Aussagen sind wahr?

- Primärforschung ist die Erhebung neuer Informationen aus der Grundgesamtheit bzw. der Stichprobe.
- Marktforschung beschäftigt sich unter anderem mit der Untersuchung von Kunden.
- Die Sekundärforschung ist der Primärforschung immer dann vorzuziehen, wenn man aktuelle und zuverlässige Daten erhalten möchte.
- Marktforschung ist eine systematische, empirische Untersuchungstätigkeit mit dem Zweck der Informationsgewinnung oder -verbesserung.
- Sekundärforschung ist die Erhebung neuer Informationen aus der Grundgesamtheit bzw. der Stichprobe.

← zurück

31. Die Marktforschung lässt sich einteilen in Primär- und Sekundärforschung. Welche der folgenden Aussagen sind wahr?

vor →

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- ⊕ Die Frage wurde korrekt beantwortet
- ⓘ Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 32 von 40: Welche der nachfolgend genannten Begriffe betreffen Methoden der Primärforschung?

- Regressionsanalyse.
- Korrelationsanalyse.
- Befragung.
- Beobachtung.
- Experiment.

zurück 32. Welche der nachfolgend genannten Begriffe betreffen Methoden der Primärforschung? vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet.
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft.
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert.
- Die Frage wurde korrekt beantwortet.
- Hinweisstext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 33 von 40: Eine marktforscherische Erhebung bei einem bestimmten, gleich bleibenden Kreis von Untersuchungseinheiten in regelmäßigen zeitlichen Abständen zum selben Thema ist

ein Test.

eine Gruppendiskussion.

ein Artefakt.

ein Panel.

ein Experiment.

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 34 von 40: Dienstleistungen zeichnen sich durch folgende Faktoren aus:

- Immaterialität
- Hohe Preiselastizität
- Integration des externen Faktors
- Fehlende Lagerfähigkeit
- Uno-actu-Prinzip

zurück 34. Dienstleistungen zeichnen sich durch folgende Faktoren aus: vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 35 von 40: Personal spielt bei Dienstleistungen eine entscheidende Rolle, weil

Dienstleistungen in der Beurteilung vor dem Kauf durch den Kunden schwieriger sind als Produkte.

Dienstleistungen immateriell sind.

Dienstleistungen nach der 3-Sektoren-Hypothese in entwickelten Ländern eine zunehmende wirtschaftliche Bedeutung haben.

Dienstleistungen dem uno-actu-Prinzip folgen.

Dienstleistungen ausschließlich vom Menschen an Menschen erbracht werden.

zurück 35. Personal spielt bei Dienstleistungen eine entscheidende Rolle, weil vor

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet
 - Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 36 von 40: Die Ausstattungspolitik (physical facility) ...

- ... ist bei der Produktion von realen Gütern völlig irrelevant.
- ... ist bei Produkten genauso kaufentscheidungsrelevant wie bei Dienstleistungen.
- ... umfasst u.a. die Inneneinrichtung, Gebäude und Außenanlagen eines Unternehmens.
- ... gehört zu den 7 Ps des Marketings.
- ... ist bei Dienstleistungen aufgrund der Immaterialität der Dienstleistungen von besonderer Bedeutung.

zurück 36. Die Ausstattungspolitik (physical facility) ... vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 37 von 40: Die Gesamtheit aller Zustandskonstrukte, die einen Menschen und sein Verhalten ausmachen, und durch das der Konsument bestimmten sozialen Milieus zugeordnet werden kann, nennt man

- eine Kognition.
- den Lebensstil.
- eine Emotion.
- ein Motiv.
- einen Wert.
- das Involvement.
- eine Einstellung.

zurück 37. Die Gesamtheit aller Zustandskonstrukte, die einen Menschen und sein Verhalten ausmachen, und durch das der Konsument bestimmten sozialen Mil... vor

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

mobile Examination (mEx)

Menu

FOM
hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

Frage 38 von 40: Weit verbreitet ist das Verbraucherverhalten als hybrid zu charakterisieren. Was bedeutet hybrides Verbraucherverhalten in Bezug auf den Preis?

- Verbraucher kaufen alle Produkte vornehmlich nach dem Preis.
- Verbraucher kaufen kein Produkt ausschließlich nach dem Preis.
- Verbraucher kaufen Low Involvement-Produkte überwiegend nach Preis.
- Verbraucher haben ein einheitliches Kaufverhalten, das sie verfolgen.
- Verbraucher kaufen High Involvement-Produkte überwiegend nach Preis.

← zurück 38. Weit verbreitet ist das Verbraucherverhalten als hybrid zu charakterisieren. Was bedeutet hybrides Verbraucherverhalten in Bezug auf den Preis? vor →

Auswahlbox Legende

- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet
- Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft
- Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert
- Die Frage wurde korrekt beantwortet
- Hinweisstext

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 39 von 40: Der Kundenwert ist die zentrale Steuerungsgröße im Marketing, denn Unternehmen leben nur von ihren Kunden. Unter Kundenwert versteht man die

Summe aller Erträge, die ein Anbieter mit einem Kunden erzielt hat oder noch erzielen kann.

Größe eines Kunden, gemessen in dessen Marktanteil.

addierten Rechnungsbeträge mit Kunden in der Vergangenheit.

Bedeutung eines Kunden für die Vertriebsmitarbeiter.

prognostizierten Rechnungsbeträge mit Kunden in der Zukunft.

zurück + 39. Der Kundenwert ist die zentrale Steuerungsgröße im Marketing, denn Unternehmen leben nur von ihren Kunden. Unter Kundenwert versteht man die vor

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet.
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft.
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert.
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet.
 - Hinweisstext

Menu

FOM
Hochschule

Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 40 von 40: Im Rahmen des CRM werden verschiedene Phasen unterschieden. Eine von ihnen ist Customer Retention. Dies bedeutet

Kundengewinnung.

Kundenbindung.

Kundenrückgewinnung.

Kundentrennung.

Kundenausbau.

zurück + 40. Im Rahmen des CRM werden verschiedene Phasen unterschieden. Eine von ihnen ist Customer Retention. Dies bedeutet vor

- Auswahlbox Legende**
- Die Frage wurde noch nicht bearbeitet.
 - Die Frage wurde beantwortet aber noch nicht überprüft.
 - Die Frage wurde überprüft und als falsch beantwortet markiert.
 - Die Frage wurde korrekt beantwortet.
 - Hinweisstext