

# LFK Marketing FOM OBS / VWA SS2013 – 60% korrekt

The screenshot shows a mobile examination interface titled "mobile Examination (mEx)". On the left, there is a sidebar with a "Menu" section containing the FOM logo and a list of actions: "Projektübersicht:", "aufrufen", "aktualisieren", "Projekt:", "bearbeiten", "speichern", "download", "upload", "Programm:", "beenden". The main content area displays "Frage 1 von 40: Welche Aussagen über das Marketing sind richtig?". Below the question, there are five checkboxes with corresponding text. The first three are unchecked, and the last two are checked. At the bottom, there is a navigation bar with "zurück" and "vor" buttons, and a legend titled "Auswahlbox Legende" with five items: "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.", and "Hinweistext".

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**

**Aktionen:**

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

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

- Viele Entscheidungen im Marketing werden 'aus dem Bauch heraus' gefällt. Hier geht es in erster Linie um Feingefühl und Intuition.
- Das Marketing ist eine Querfunktion durch das gesamte Unternehmen.
- Im strategischen Dreieck unterscheidet man Wettbewerber, Kunden und das eigene Unternehmen.
- Das Marketing ist ausgerichtet am Kundennutzen und am Wettbewerbsvorteil.
- Das Marketing ist für das Erfinden neuer Produkte, so genannter Innovationen, nicht zuständig. Dies ist Aufgabe der F&E-Abteilung.

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.
- Hinweistext

The screenshot shows the same mobile examination interface as above, but for "Frage 2 von 40: Der Fokus wandert von den Shareholdern zunehmend zu den Stakeholdern. Von Stakeholdern spricht man z.B. bei". Below the question, there are five checkboxes with corresponding text. The first two are checked, and the last three are unchecked. The navigation bar and legend are identical to the previous screenshot.

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**

**Aktionen:**

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

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

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

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

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 Communication
- Corporate Catalog
- Corporate Organisation
- Corporate Behavior
- Corporate Design
- 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.
- Hinweistext

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

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?**

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

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

Ziele, Strategie, Budget und Segmente, Maßnahmen.

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

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

zurück 5. Der Marketingplanungsprozess besteht aus den Phasen Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle. Die Planungsphase ... 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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**  
Hochschule

**Aktionen:**  
Projektübersicht:  
aufrufen  
aktualisieren  
Projekt:  
bearbeiten  
speichern  
download  
upload  
Programm:  
beenden

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

Marktanalyse

Umfeldanalyse

Maximierung des Gewinns

Anwendung von Portfolio-Modellen

Erstellung von Planbilanzen

Teilpläne in Einkauf und Vertrieb

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.
- Hinweistext

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**

hinsichtlich ihrer Marktreaktion intern weitgehend homogene und gleichzeitig extern weitgehend heterogene Teilmärkte.

Marktsegmente, die aufeinander aufbauen und zu einer Verkettung genutzt werden können.

relativ gleich große Teilmärkte, damit diese rationeller bearbeitet werden können.

hinsichtlich ihrer Marktreaktion innerhalb relativ gleichartige und zugleich zueinander relativ verschiedenartige Teilmärkte.

bewusst verschieden große Teilmärkte, damit man bei den kleinen Marktsegmenten keine Ressourcen unnötig bindet.

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.
- Hinweistext

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?**

Seltenheit

Stabilität

Tragfähigkeit

Genialität

Profitabilität

Messbarkeit

Erreichbarkeit

Automatismus

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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**  
Hochschule

**Aktionen:**  
Projektübersicht:  
aufrufen  
aktualisieren

**Projekt:**  
bearbeiten  
speichern  
download  
upload

**Programm:**  
beenden

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

- Sie lassen sich nicht in Zahlen ausdrücken
- Sie sind für den Unternehmenserfolg nicht relevant
- Sie knüpfen an den geistigen Verarbeitungsprozessen von Konsumenten an
- Sie sind nicht messbar
- Sie sind unabhängig von den ökonomischen Zielen
- Die Messung ist mitunter komplexer als bei ökonomischen Zielen

zurück 9. Im Marketing werden, neben marktökonomischen Zielen, auch marktpsychologische Ziele verfolgt. Was zeichnet diese Ziele... 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.
- Hinweistext

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 den Produkten abhängige Faktoren.
- Von der Beschaffungsstrategie unabhängige Faktoren.
- Von der Organisationsstruktur 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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**  
Hochschule

**Aktionen:**

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

**Frage 11 von 40: Gewinnmaximierung**

Die Gewinnmaximierung führt in allen Marktformen zu einem identischen Ergebnis.

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

Die Gewinnmaximierung ist für Dienstleister kein relevantes ökonomisches Ziel.

Keine der Aussagen ist richtig.

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

Das Verfahren zur Gewinnmaximierung ist von der Marktform unabhängig.

← 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.
- Hinweistext

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**

eine Branche.

ein Unternehmen.

eine Produktlinie.

ein Produkt.

eine Managergeneration.

← 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.
- Hinweistext

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**

- Position (Ortpolitik).
- People/Personnel (Personalpolitik).
- Public (Öffentlichkeitspolitik).
- Phases (Phasenpolitik).
- Process (Prozesspolitik).
- Promotion (Kommunikationspolitik).
- Primary (Primärpolitik).
- Price (Preispolitik).

← 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.
- ℹ Hinweistext

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**  
Hochschule

**Aktionen:**

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

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

- Die Markenbereitschaft der Konsumenten in dieser Branche ist zu überprüfen.
- Alle Antworten sind falsch.
- Die Markenbereitschaft der Konsumenten zählt zu den Prädispositionen des Verhaltens und ist nicht zu ändern.
- Der Vorteil der Markierung läge in der Realisierung einer monopolistischen Konkurrenz.
- 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.

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

mobile Examination (mEx)

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?**

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

mobile Examination (mEx)

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.**

- Aufgrund der Informationsasymmetrie muss die Kommunikationspolitik in der Regel intensiver sein als bei Suchgütern.
- Informationsasymmetrie liegt hier nicht vor.
- Es liegt Informationsasymmetrie vor, die beim Käufer für einen höheren Informationsbedarf sorgt.
- Da keine Informationsasymmetrie vorliegt, entspricht der Preis dem Preis von Suchgütern.
- Der Preis des Produktes ist deutlich höher als bei Produkten mit Suchgut-Eigenschaften, da der Abnehmer die zusätzlichen Informationskosten anteilig tragen muss.

← 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.
- Hinweistext



mobile Examination (mEx)

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

← 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.
- Hinweistext

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?**

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

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 und Herstellungskosten.
- ... das Verhältnis von Produktpreis zum Preis des Konkurrenzprodukts.
- ... das Verhältnis von Preis und Qualität.
- ... das Verhältnis von Preis zu Neuheitsgrad des Produkts (skimming pricing).
- ... das Verhältnis von Preis zu Image.

← 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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

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.
- wechselt von Zeit zu Zeit auf ein höheres Niveau.
- ist grundsätzlich wettbewerbswidrig.
- sinkt im Zeitablauf.
- erschließt rasch Marktpotenziale.

← 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.
- Hinweistext

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?**

Das Nachahmen erfolgreicher Unternehmensstrategien.

Die gedankliche und verbindliche Vorstufe zur Verbalisierung und Visualisierung der Werbebotschaft.

Die möglichst effiziente Vorgehensweise in der Vervielfältigung von wichtigen Firmenunterlagen.

Die Vorgehensweise vieler asiatischer Firmen bei der Nachahmung von Originalprodukten.

Die Möglichkeit als Follower im Markt tätig zu werden.

← 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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

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?**

Der Erfolg von Werbung ist nicht messbar.

Kommunikation definiert sich immer vom Adressaten aus.

Kommunikation definiert sich immer vom Absender aus.

Kommunikation hilft verkaufen.

Der Erfolg von Werbung ist ggfls. recht genau messbar.

← zurück 22. Einer der wesentlichen Merksätze in der Marketing-Kommunikation ist folgender: "Der Wurm muss dem Fisch schmecken ... 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.
- Hinweistext

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?**

- Tageszeitung.
- Klassische Werbung.
- Persönlicher Verkauf.
- Public Relations.
- Sponsoring.
- Eventmarketing.
- Gewinn Gutscheine.

← 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.
- ℹ Hinweistext

mobile Examination (mEx)

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**

- preistechnische Kennziffern.
- Medialeistungswerte.
- die Ergebnisse von Werbetestverfahren.
- die Ergebnisse eines Intramedia-Vergleichs.
- verkaufstechnische Kennzahlen.

← zurück 24. Bei Reichweite, Kontaktintensität, Wirtschaftlichkeit und Affinität handelt es sich um 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.
- ℹ Hinweistext

mobile Examination (mEx)

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-Werbung.
- die Platzierung von Werbung in Zusammenhang mit den Suchergebnissen.
- die Suchmaschinen-DNA.
- die technische Optimierung der Auffindbarkeit und Zuordenbarkeit von Internetseiten.
- die Suchmaschinen-Optimierung.

← 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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

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 klärt die Wahl des besten Präsentationsmediums.
- Ein Intermedia-Vergleich ist der Vergleich mehrerer Werbeträger innerhalb einer Werbemittelgattung.
- Ein Intermedia-Vergleich ist ein Vergleich innerhalb eines Werbeträgers.
- Ein Intermedia-Vergleich ist der Vergleich mehrerer Werbegattungen untereinander.
- Ein Intermedia-Vergleich bezieht sich auf technische, leistungsbezogene und qualitative Kriterien verschiedener Werbegattungen in der Mediaplanung.

← 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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**  
Hochschule

**Aktionen:**  
Projektübersicht:  
  
  
Projekt:  
  
  
  
  
Programm:

**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.).
- Es ist das einzige Instrument, bei dem Käufer und Verkäufer direkt und persönlich miteinander kommunizieren.
- Beim direkten Vertrieb ist das Direktmarketing das einzig sinnvolle Kommunikationsinstrument.

← 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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**  
Hochschule

**Aktionen:**  
Projektübersicht:  
  
  
Projekt:  
  
  
  
  
Programm:

**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.
- Der indirekte Vertrieb über den Einzelhandel bedingt zwingend auch den Einsatz des Großhandels.
- Handelsvertreter sind Angestellte des Unternehmens und daher dem direkten Vertrieb zuzuordnen.
- 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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

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?**

- Strecken-Großhandel.
- Cash and Carry-Großhandel.
- SB-Warenhaus.
- Genossenschafts-Großhandel.
- Produktionsverbindungshandel.

← 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.
- ℹ Hinweistext

mobile Examination (mEx)

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 Provision, der Reisende erhält im Regelfall punktuelle Prämien.
- Der Handelsvertreter erhält ein Festgehalt, der Reisende erhält im Regelfall Provision.
- Der Reisende ist selbstständig tätig, der Handelsvertreter ist angestellt.
- Es gibt keinen Unterschied zwischen Reisendem und Handelsvertreter.
- Der Reisende ist angestellt, der Handelsvertreter ist selbstständig tätig.

← 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.
- ℹ Hinweistext

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**  
Hochschule

**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?**

- Sekundärforschung ist die Erhebung neuer Informationen aus der Grundgesamtheit bzw. der Stichprobe.
- Primärforschung ist die Erhebung neuer Informationen aus der Grundgesamtheit bzw. der Stichprobe.
- 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.
- Marktforschung beschäftigt sich unter anderem mit der Untersuchung von Kunden.

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.
- Hinweistext

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?**

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

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.
- Hinweistext



mobile Examination (mEx)

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 Experiment.

ein Panel.

eine Gruppendiskussion.

ein Test.

ein Artefakt.

zurück 33. Eine marktforscherische Erhebung bei einem bestimmten, gleich bleibenden Kreis von Untersuchungseinheiten in regelmä... 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.
- Hinweistext

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:**

Hohe Preiselastizität

Immaterialität

Uno-actu-Prinzip

Integration des externen Faktors

Fehlende Lagerfähigkeit

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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

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 immateriell sind.
- Dienstleistungen in der Beurteilung vor dem Kauf durch den Kunden schwieriger sind als Produkte.
- Dienstleistungen nach der 3-Sektoren-Hypothese in entwickelten Ländern eine zunehmende wirtschaftliche Bedeutung haben.
- Dienstleistungen ausschließlich vom Menschen an Menschen erbracht werden.
- Dienstleistungen dem uno-actu-Prinzip folgen.

← 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.
- Hinweistext

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 Dienstleistungen aufgrund der Immaterialität der Dienstleistungen von besonderer Bedeutung.
- ... 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.

← 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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**  
Hochschule

**Aktionen:**  
Projektübersicht:  
  
  
Projekt:  
  
  
  
  
Programm:

**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**

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

37. Die Gesamtheit aller Zustandskonstrukte, die einen Menschen und sein Verhalten ausmachen, und durch das der Konsum...

**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.  
 Hinweistext

mobile Examination (mEx)

Menu

**FOM**  
Hochschule

**Aktionen:**  
Projektübersicht:  
  
  
Projekt:  
  
  
  
  
Programm:

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

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

38. Weit verbreitet ist das Verbraucherverhalten als hybrid zu charakterisieren. Was bedeutet hybrides Verbraucherverhalten ...

**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.  
 Hinweistext

mobile Examination (mEx)

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**

- addierten Rechnungsbeträge mit Kunden in der Vergangenheit.
- Bedeutung eines Kunden für die Vertriebsmitarbeiter.
- prognostizierten Rechnungsbeträge mit Kunden in der Zukunft.
- Größe eines Kunden, gemessen in dessen Marktanteil.
- Summe aller Erträge, die ein Anbieter mit einem Kunden erzielt hat oder noch erzielen kann.

zurück 39. Der Kundenwert ist die zentrale Steuerungsgröße im Marketing, denn Unternehmen leben nur von ihren Kunden. Unter Ku... 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.
- Hinweistext

mobile Examination (mEx)

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**

- Kundenrückgewinnung.
- Kundentrennung.
- Kundenbindung.
- Kundenausbau.
- Kundengewinnung.

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.
- Hinweistext