

Lernfortschrittskontrolle

Marketing

Menu



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.
- Im strategischen Dreieck unterscheidet man Wettbewerber, Kunden und das eigene Unternehmen.
- Das Marketing ist ausgerichtet am Kundennutzen und am Wettbewerbsvorteil.
- 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.

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

Menu



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

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

zurück

2. Der Fokus wandert von den Shareholdern zunehmend zu den Stakeholdern. Von Stakeholdern spri... ▼

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

Menu



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

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

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 4 von 40: Die unternehmensexterne Wertschöpfungskette ...

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

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

Menu



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?

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

- Ziele, Strategie, Budget und Segmente, Maßnahmen.

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

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

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

zurück

5. Der Marketingplanungsprozess besteht aus den Phasen Analyse, Planung, Durchführung und Kon... ▼

vor

zur nächst

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

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?

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

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

Menu



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.
- 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.
- Marktsegmente, die aufeinander aufbauen und zu einer Verkettung genutzt 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.
- Hinweistext

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

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

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

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

Menu



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?

- Die Messung ist mitunter komplexer als bei ökonomischen Zielen
- Sie sind unabhängig von den ökonomischen Zielen
- 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

zurück

9. Im Marketing werden, neben marktökonomischen Zielen, auch marktpsychologische Ziele verfolgt. ...

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

Menu



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.
- Von den Produkten abhängige Faktoren.
- Von der Beschaffungsstrategie unabhängige Faktoren.
- Vom Unternehmen nicht direkt zu beeinflussende 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

Menu



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 für Dienstleister kein relevantes ökonomisches Ziel.
- Das Verfahren zur Gewinnmaximierung ist von der Marktform unabhängig.
- Die Kostenminimierung und die Erlösmaximierung sind notwendige Bedingungen für die Gewinnmaximierung.
- Keine der Aussagen ist richtig.
- Die Gewinnmaximierung ist in der heutigen Zeit der kurzfristigen Orientierungen von Unternehmen nicht mehr sinnvoll.

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

Menu



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

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

Menu



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

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

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.
- Hinweistext

Menu



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.

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

zurück

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

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

Menu



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 Horizontale Produktdiversifikation Vertikale Produktdiversifikation Monumentale 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.
- Hinweistext

Menu



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.

- 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.
- Es liegt Informationsasymmetrie vor, die beim Käufer für einen höheren Informationsbedarf sorgt.
- Aufgrund der Informationsasymmetrie muss die Kommunikationspolitik in der Regel intensiver sein als bei 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.
- Hinweistext

Menu



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 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, die im Herstellungsprozess als Vorprodukt bezogen wurde und untergeht.
- um die Übertragung einer Marke von einem Produkt auf ein anderes.

zurück

17. Bei einer Handelsmarke handelt es sich

vor

zur nächs

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

Menu



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?

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

zurück

18. In welchen Situationen kann eine Kombination aus niedrigem Preis und hoher Produktqualität str... ▼

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

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

Frage 19 von 40: Preiswürdigkeit meint ...

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

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

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

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

- erschließt rasch Marktpotenziale.
- wechselt von Zeit zu Zeit auf ein höheres Niveau.
- ist grundsätzlich wettbewerbswidrig.
- sinkt im Zeitablauf.
- liegt dauerhaft über dem Marktdurchschnitt.

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

Menu



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 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.
- 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.
- Hinweistext

Menu



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 nicht messbar. Der Erfolg von Werbung ist ggfls. recht genau 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 mus... ▾

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

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

- aufrufen
- aktualisieren

Projekt:

- bearbeiten
- speichern
- download
- upload

Programm:

- beenden

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

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

zurück

23. Welche klassischen Instrumente der Kommunikationspolitik lassen sich beispielhaft unterscheid... ▼

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

Menu



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. verkaufstechnische Kennzahlen. preistechnische Kennziffern. die Ergebnisse von Werbetestverfahren. Medialeistungswerte.

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.
- Hinweistext

Menu



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

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

Menu



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

zurück

26. Was versteht man unter einem Intermedia-Vergleich?

vor

zur nächsten

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

Menu



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?

- 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 Direktmarketing ist eine direkte und eindeutige Erfolgsbewertung möglich.
- 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.
- Beim Direktmarketing können einzelne Kunden direkt und individuell angesprochen werden.

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

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?

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

zurück

28. Der Vertrieb kann in den direkten und indirekten Vertrieb unterschieden werden. Welche Aussage... ▼

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

Menu



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

zurück

29. Bei welchen der nachfolgend genannten Formen handelt es sich um Betriebsformen des Großha... ▼

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

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

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

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

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?

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

zurück

31. Die Marktforschung lässt sich einteilen in Primär- und Sekundärforschung. Welche der folgenden... ▼

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

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

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

 Beobachtung. Korrelationsanalyse. Experiment. Regressionsanalyse. Befragung.

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

Menu



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 Artefakt.
- eine Gruppendiskussion.
- ein Experiment.
- ein Panel.
- ein Test.

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

Menu



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
- Uno-actu-Prinzip
- Fehlende Lagerfähigkeit
- Integration des externen Faktors

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

Menu



Aktionen:

Projektübersicht:

aufrufen

aktualisieren

Projekt:

bearbeiten

speichern

download

upload

Programm:

beenden

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

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

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

Menu



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.
- ... umfasst u.a. die Inneneinrichtung, Gebäude und Außenanlagen eines Unternehmens.
- ... ist bei Produkten genauso kaufentscheidungsrelevant wie bei Dienstleistungen.
- ... 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

zur nächsten F

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

Menu



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

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

zurück

37. Die Gesamtheit aller Zustandskonstrukte, die einen Menschen und sein Verhalten ausmachen, u... ▼

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

Menu



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 Low Involvement-Produkte überwiegend nach Preis. Verbraucher kaufen alle Produkte vornehmlich nach dem Preis. Verbraucher kaufen kein Produkt ausschließlich nach dem 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...

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

Menu



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

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

zurück

39. Der Kundenwert ist die zentrale Steuerungsgröße im Marketing, denn Unternehmen leben nur vo... ▼

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

Menu



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

zurück

40. Im Rahmen des CRM werden verschiedene Phasen unterschieden. Eine von ihnen ist Customer ...

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