

Klausur- Aufgaben



STAATLICH ANERKANNTE
FACHHOCHSCHULE

Studiengang	Betriebswirtschaft
Fach	Allgemeine BWL II, Marketing und Umweltmanagement
Art der Leistung	Prüfungsleistung
Klausur-Knz.	BW-ABW-P31-011201
Datum	01.12.01

Die Klausur enthält 9 Aufgaben. Alle Aufgaben sind zu lösen. Zur Lösung der gesamten Klausur stehen Ihnen insgesamt 90 Minuten zur Verfügung. Die maximal erreichbare Punktzahl beträgt 100 Punkte. Neben einem Taschenrechner sind keine weiteren Hilfsmittel zugelassen. Zum Bestehen der Klausur müssen 50% der Gesamtpunktzahl (50 von 100 möglichen) erzielt werden.

Bearbeitungs- 90 Minuten Hilfsmittel: - Taschenrechner
zeit:

Anzahl Aufgaben: - 9 -

Höchstpunktzahl: - 100 -

Vorläufiges Bewertungsschema

% der von der Gesamtpunktzahl erzielten Punkte	Note	
95-100	1	sehr gut
90-94,5	1,3	
85-89,5	1,7	gut
80-84,5	2	
75-79,5	2,3	
70-74,5	2,7	befriedigend
65-69,5	3	
60-64,5	3,3	
55-59,5	3,7	ausreichend
50-54,5	4	
0-49,5	5	nicht ausreichend

Aufgabe 1: Marketing

10 Punkte

- a) Was wird unter einer *Marketingdenkweise* verstanden? 5 Punkte
- b) Kennzeichnen Sie das *nichtintegrierte* und das *integrierte Marketing* und erläutern Sie, welches Marketing (integriertes/nichtintegriertes) besser mit der Marketingdenkweise korrespondiert. 5 Punkte

Aufgabe 2: Marketing

10 Punkte

Zur Kennzeichnung von Absatzmärkten werden unternehmens- und marktbezogene Kennzahlen verwendet.

- a) Erläutern Sie eine Voraussetzung für die Ermittlung und Anwendung derartiger Kennzahlen! 3 Punkte
- b) Absatz- und Marktvolumen bzw. –potenzial sind häufig verwendete Kennzahlen. Der Studierende Klug schreibt hierzu in seiner Abschlussarbeit:
- Das Absatz- und das Marktvolumen kennzeichnen die *realisierte* Absatzmenge/ den *realisierten* Umsatz eines Unternehmens (im Falle des Absatzvolumens) bzw. aller Anbieter eines Marktes (im Falle des Marktvolumens).
 - Das Absatz- und das Marktpotenzial dahingegen kennzeichnen die Absatzmenge/ den Umsatz, die/der unter optimalen Bedingungen maximal von einem einzelnen Unternehmen (im Falle des Absatzpotenzials) bzw. in einem bestimmten Markt erzielt werden kann.
- b.1. Als Bewerter dieser Abschlussarbeit müssen Sie die getroffenen Aussagen einschätzen: Wenn notwendig, korrigieren Sie die getroffenen Aussagen! 4 Punkte
- b.2. Stellen Sie den Zusammenhang zwischen Absatzvolumen- und Absatzpotenzial dar! 3 Punkte

Aufgabe 3: Marketing

10 Punkte

- a) Die Preiselastizität der Nachfrage ist eine wichtige Kenngröße für preispolitische Entscheidungen. Der Studierende Klug schreibt hierzu in seiner Abschlussarbeit:

Wenn ein Unternehmen den Preis für Spielzeugautos von 1,50 Euro auf 2,00 Euro erhöht, dann werden statt 4 dieser Autos nur noch 2 nachgefragt. Daraus ergibt sich eine Preiselastizität der Nachfrage von 4.

$$\varepsilon = \frac{\text{relative Mengenänderung}}{\text{relative Preisänderung}} = \frac{2}{0,5} = 4$$

Das bedeutet, dass die Nachfrage bei einer Preissteigerung von 1% um 4% sinkt.

- a.1. Als Bewerter dieser Abschlussarbeit müssen Sie die getroffenen Aussagen einschätzen: Wenn notwendig, korrigieren Sie die getroffenen Aussagen! 2,5 Punkte
- a.2. Was bedeutet eine Preiselastizität der Nachfrage von > -1 ? 2,5 Punkte
- b) Im Rahmen eines Marketing-Mix werden auch Preisdifferenzierungen vorgenommen. Erläutern Sie, welche Arten der Preisdifferenzierung prinzipiell unterschieden werden! 5 Punkte

Aufgabe 4: Marketing**10 Punkte**

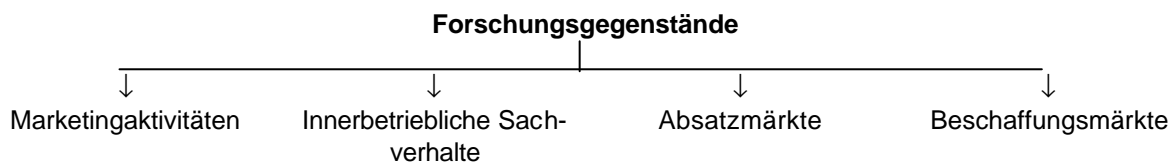
Es werden grundsätzlich fünf Marketing-Management-Philosophien unterschieden.

- a) Erläutern Sie, was unter einer Marketing-Management-Philosophie zu verstehen ist und 2 Punkte
 b) Kennzeichnen Sie zwei unterschiedliche Konzepte von Marketing-Management-Philosophien. 8 Punkte

Aufgabe 5: Marketing**10 Punkte**

- a) In der folgenden Abbildung sind die Gegenstände der Markt- bzw. Marketingforschung aufgeführt. Nehmen Sie durch eindeutige Zuordnung dieser Gegenstände
- zur Marktforschung einerseits und
 - zur Marketingforschung andererseits
- eine Abgrenzung der beiden Forschungsarten vor!

Achtung: Für die Lösung verwenden Sie bitte das beiliegende Einzelblatt, auf dem Sie auch Ihre Matrikelnummer vermerken!



- b) Erläutern Sie, was unter einer Eigenmarktforschung zu verstehen ist, und stellen Sie Vor- und Nachteile dieser Art der Marktforschung dar! 5 Punkte

Aufgabe 6: Umweltmanagement**20 Punkte**

Die Verankerung ökologischer Elemente in der Unternehmenspolitik setzt die Erweiterung des Informationssystems um ökologiebezogene Informationen voraus.

- a) Systematisieren und erläutern Sie, welche umweltbezogenen Informationen grundsätzlich zu erheben sind. 10 Punkte
 b) Ein Umweltinformationssystem hat eine nach innen gerichtete sowie eine nach außen gerichtete Funktion. Beschreiben Sie diese beiden Wirkungsrichtungen/Funktionen! 5 Punkte
 c) Nennen Sie fünf operative Instrumente der Informationsbeschaffung im Rahmen eines Umweltinformationssystems! 5 Punkte

Aufgabe 7: Umweltmanagement**10 Punkte**

- a) Die Bedeutung eines betrieblichen Umweltmanagements hat in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen. Erläutern Sie in diesem Zusammenhang, was unter einem Ökologie-Pull und einem Ökologie-Push verstanden wird! 3 Punkte
 b) Auch der Staat sieht sich zunehmend mit der Problematik des Umweltschutzes konfrontiert. Welche Eingriffsarten stehen dem Staat zur Verfügung, um einzelwirtschaftliches Verhalten dahingehend zu beeinflussen, dass eine Einbindung in die Umweltverantwortung erfolgt? 7 Punkte

Aufgabe 8: Umweltmanagement**10 Punkte**

- a) Welche Formen des Recycling (nach Beibehaltung oder Auflösung der Produktgestalt) gibt es? Kennzeichnen Sie dies knapp und geben Sie jeweils ein Praxisbeispiel! 8 Punkte
- b) Bringen Sie die unter a) genannten Recyclingarten nach deren „ökologischer Tauglichkeit“ in eine Rangfolge! 2 Punkte

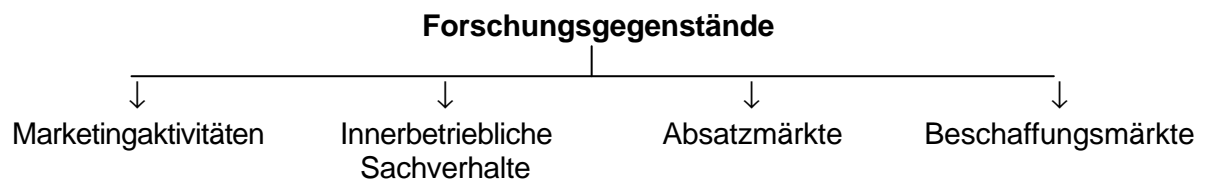
Aufgabe 9: Umweltmanagement**10 Punkte**

Bei der Übernahme ökologischer Verantwortung sind die zwei Verantwortungsebenen, Hersteller und Konsument, anzusprechen.

Erläutern Sie, wie Hersteller und Konsumenten ökologische Verantwortung wahrnehmen können. Gehen Sie in diesem Kontext ein auf die Effizienz- und die Suffizienzrevolution!

Viel Erfolg!

Matrikelnummer	
Name, Vorname	

Aufgabe 5a): Marketing**5 Punkte****Achtung:** Bitte geben Sie dieses Blatt mit Ihrer Klausur ab!