

Übungen zu Marketing

1. Erläutern Sie kurz, vor welchen Problemen ein Anbieter in einem „reifen“ Käufermarkt steht und mit welchem Alleinstellungsmerkmal er sich von der Konkurrenz abgrenzen sollte! Gehen Sie dabei auch auf mögliche Preisstrategien ein!
2. Worin bestehen die Nachteile bei der Nutzung von Sekundärdaten der Marktforschung?
3. Worin bestehen konkrete Gebrauchsnutzen bei Softwareanwendungen für gewerbliche Kunden?
4. Erläutern Sie kurz Chancen und Risiken bei Zukunftsmärkten und geben Sie eine begründete Empfehlung für eine Investitionsstrategie!
5. Worin bestehen konkrete Nachteile beim Gewähren von Zahlungszielen?
6. Wie wirken sich Preiserhöhungen bei elastischen Nachfragen auf den Umsatz aus?
7. Wie kann ein Anbieter die Elastizität senken?
8. Nennen Sie konkrete Beispiele für variable Kosten eines Auftrags, die durch die entsprechenden Umsätze AUF JEDEN FALL gedeckt werden müssen!
9. Erläutern Sie an einem selbstgewählten Beispiel mögliche Kosteneinsparungspotenziale durch gezieltes Beschaffungs-/Einkaufsverhalten!
10. Nennen Sie konkrete Beispiele für zeitliche Preisdifferenzierung!
11. Erläutern Sie Vor- und Nachteile indirekten Absatzes aus Sicht des Kunden!
12. Für welche Kundenkreise eignet sich emotionale Werbung bei IT-Dienstleistungen? Nennen Sie konkrete Beispiele!