

Erreichte Punkteanzahl:

Thema :	Name:
Aufgabe 1:	Matr.Nr.:
Aufgabe 2:	Datum: 8. Mai 2009
<u>Aufgabe 3:</u>	
Gesamt:	

Fachprüfung aus dem Schwerpunktbereich Marketing und Internationales Management - Bakkalaureatsstudium Informationsmanagement (8 SStd.) Univ. Prof. Dr. Ralf Terlutter

Es sind ein Thema (60min) und drei Aufgaben (120min/ pro Frage: 40 min) zu bearbeiten. Der Bearbeitung des Themas ist eine Gliederung voranzustellen.

I. Thema (60 Punkte):

In Krisenzeiten neigen Unternehmen dazu, das Budget für Marketing und Kommunikation zu kürzen. Diskutieren Sie die Vor- und Nachteile einer solchen Maßnahme. Gehen Sie in diesem Zusammenhang ausführlich auf den Stellenwert der Kommunikationspolitik für den Unternehmenserfolg ein.

I. Aufgaben (Bitte beantworten Sie alle 3 Fragen!)

Aufgabe 1 (40 Punkte): MIM-Grundlagen 1: Strategisches und operatives Marketing

a) Portfolioanalyse (25 Punkte)

Die Schokoriegelfabrik „Lecker KG“ mit Sitz in Klagenfurt ist eine der führenden Süßigkeitenhersteller und führt 5 Produkte: Nussriegel, Knusperriegel, Nougatriegel, Schokoriegel und Krokantriegel. Der Geschäftsführer ist sich nicht sicher welche der Produktlinien weiter ausgebaut bzw. gehalten oder eliminiert werden sollten. Da Sie die „Lecker KG“ beraten, schlagen Sie vor ein Boston Consulting Group Portfolio zu erstellen, um die Stärken der einzelnen Produktlinien zu ermitteln. Folgendes Datenmaterial von der Schokoriegelfabrik und den 2 weiteren großen Konkurrenten liegt dafür vor (die restlichen Konkurrenten sind eher kleinstrukturiert und können vernachlässigt werden):

	Umsätze 2008 in T€			Umsätze Gesamtmarkt in €	
	Lecker KG	Kalorienbewusst OEG	Zuckersüß GesmbH	2008	Prognose 2009
Nussriegel	86	19	71	230	220
Knusperriegel	24	88	28	270	240
Nougatriegel	8	12	24	84	112
Schokoriegel	28	7	49	144	146
Krokantriegel	14	8	12	64	72

Aufgaben:

- Positionieren Sie die Produkte in einer vollständig bezeichnete Portfolio-Matrix nach BCG.
- Beurteilen Sie die einzelnen Produkte Ihres Unternehmens.
- Welche Strategien empfehlen Sie für die einzelnen Produkte für die nächsten zwei Jahre?
Welche Effekte müssen Sie noch berücksichtigen.
- Welche Stärken und Schwächen weisen Portfolios generell auf?

b) Kommunikationspolitik (15 Punkte)

Was verstehen Sie unter Kommunikationspolitik und welche Bereiche umfasst diese (klassischer Kommunikationsmix)? Beschreiben Sie diese kurz und nennen Sie Beispiele.

Was verstehen Sie unter integrierter Kommunikation? Welche Arten der integrierten Kommunikation kennen Sie? Beschreiben Sie diese. Welche Bedeutung hat die integrierte Kommunikation für die Unternehmenspraxis?

Aufgabe 2 (40 Punkte): MIM-Grundlagen 2: B2B Marketing/ Int. Marketing

Die Planung von Internationalisierungsstrategien darf sich nicht nur auf einzelne Teilbereiche der Unternehmung konzentrieren, vielmehr müssen die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Unternehmensbereichen berücksichtigt werden.

- Beschreiben Sie die Wertschöpfungskette nach Porter als Instrument der Unternehmensanalyse und stellen Sie diese auch grafisch dar. Welchen Nutzen bringt dieses Konzept für die Unternehmenspraxis (ganz allgemein, noch nicht auf Internationalisierungsmaßnahmen bezogen) (15 Punkte)
- Wie verändert sich die Wertekette eines Unternehmens bei Internationalisierungstätigkeiten? Stellen Sie diese Veränderungen auch grafisch dar. Betrachten Sie dabei insbesondere die folgenden Möglichkeiten (10 Punkte)
 - Wertekette im Ausland bei Maschinenexport
 - Wertekette im Ausland beim Aufbau einer Servicestation
 - Wertekette im Ausland beim Aufbau eines Montagewerks (ohne Produktion von Teilen)
 - Wertekette im Ausland bei der Produktion von Einfachteilen
 - Wertekette im Ausland bei Tochtergesellschaft (vollwertige) Produktionsniederlassung
- Erläutern Sie abschließend die Internationalisierungsphilosophien, welche ein Unternehmen vertreten kann (EPRG-Konzept) (15 Punkte).

Aufgabe 3 (40 Punkte): MIM-Grundlagen 4: Marktforschung

- a) Welche Gütekriterien der Marktforschung kennen Sie? (15 Punkte)
- b) Was ist eine Beobachtung? Definieren Sie den Begriff und geben Sie Beispiele. (15 Punkte)
- c) Sie lesen folgenden Bericht in der St. Galler Zeitung vom 1. Dezember 2005.

Kreative haben mehr Sex!

Kreative Menschen wie Künstler und Dichter teilen nach Erkenntnis britischer Forscher bestimmte Persönlichkeitsmerkmale mit schizophrenen Patienten. Gleichzeitig hätten kreative Menschen im Schnitt fast doppelt so viele Sexpartner wie andere, stellt die Studie der Universität Newcastle fest. Einige der Eigenschaften, die mit der Veranlagung für Schizophrenie einhergehen, steigerten offensichtlich die sexuelle Attraktivität und damit den Fortpflanzungserfolg, hiess es. Das könnte erklären, warum erbliche Veranlagungen für Schizophrenie trotz der offenkundigen Nachteile dieser Störung nicht im Laufe der Evolution verschwunden sind.

Für die im Fachjournal «Proceedings B» der Royal Society veröffentlichte Studie hatten die Forscher 425 britische Männer und Frauen befragt, darunter Künstler, Dichter und schizophrene Patienten. (sda)

Weil Sie dies als engagierte(n) Marktforschungsstudenten(in) interessiert, laden Sie sich die Studie der Royal Society herunter und finden heraus, dass die oben postulierte **Abhängigkeit der Anzahl der Sexpartner und der Kreativität mittels bivariater linearer Korrelationsanalyse nachgewiesen wurde**. Beurteilen Sie dieses Vorgehen aus Ihrer Kenntnislage heraus, und beschreiben Sie in Grundzügen die lineare Korrelationsanalyse. (10 Punkte)

Viel Erfolg