

Erreichte Punkteanzahl:

Aufgabe 1:	Name:
Aufgabe 2:	
Aufgabe 3:	Matr.Nr.:
Gesamt:	Datum:

Fachprüfung III – Masterstudienplan Gebundenes Wahlfach (6 SStd.) Grundlagen aus Marketing und Internationales Management Univ.-Prof. Dr. Ralf Terlutter

Es sind 3 Aufgaben (120min/ pro Frage: 40 min) zu bearbeiten. Bitte beantworten Sie alle Fragen

Aufgabe 1 (40 Punkte): MIM-Grundlagen 1: Strategisches & operat. Marketing

- 1) „Strategisches Management soll sich an einer langfristigen Unternehmensidee ausrichten, wobei eine Menge von Methoden und Konzepten zur Verfügung stehen“. Diese Definition zeigt klar das breite Spektrum des strategischen Managements auf. Gehen Sie in den nachfolgenden Aufgabenstellungen auf ausgewählte Fragestellungen ein.

Aufgaben:

- a) Geben Sie einen Überblick über die - in der Vorlesung besprochenen - Methoden und Instrumente im Bereich des strategischen Managements. Erklären Sie kurz in 1-2 Sätzen die Bedeutung der jeweiligen Methode und/oder des Instruments. (15 Punkte)
- b) Gehen Sie genauer auf den Portfolio-Ansatz ein (Grundlage, Logik, Anwendung, etc.). Erklären Sie den Unterschied zwischen dem Boston Consulting Group und dem McKinsey Portfolio und führen Sie auch die zwei Konzepte, welche hinter dem Boston Consulting Group Portfolio stehen an (**Hinweis:** Bitte beschreiben Sie nicht die einzelnen Quadranten und Strategien der Portfolios sondern halten Sie sich an die konkrete Fragestellung!). (25 Punkte)

Aufgabe 2 (40 Punkte): MIM-Grundlagen 4: Int. Marketing

1. Stellen Sie Export, Lizenzierung, Franchising und Joint Ventures gegenüber. Worin unterscheiden sich diese. Erläutern Sie auch die wesentlichen Probleme und Vorteile der einzelnen Markteintrittsstrategien anhand von aktuellen Beispielen (20 Punkte).
2. Stellen Sie die Kulturdimensionen nach Hofstede dar. Zeigen Sie in weiterer Folge auf, wie Sie den Inhalt eines Werbespots, der Umweltschutz promoten soll an die USA, Mitteleuropa und Asiatische Kulturen anpassen würden. Passen Sie anhand der Erkenntnisse der Kulturdimensionen den Inhalt des Werbespots dementsprechend an und stellen Sie die drei tabellarisch dar. (20 Punkte)

Bitte Blatt wenden

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

1. Schlagen Sie für folgende Beispiele ein geeignetes statistisches Auswertungsverfahren vor. Identifizieren Sie zunächst welche die unabhängige und abhängige Variable ist, weiters geben sie für diese das Messniveau an und schlagen darauf aufbauend ein statistisches Auswerteverfahren vor. (15 Punkte).

Beispiel	Variablen		Messniveau der Variablen		Vorgeschlagene Methode
	unabhängige	abhängige	unabhängige	abhängige	
Sie messen die Zeit die ein/e Kunde/in im Geschäft verbringt und Anzahl der Verkaufte Stück von Produkten, und wollen herausfinden, ob zwischen diesen beiden Größen ein Zusammenhang besteht.					
Sie erheben die Studienzufriedenheit an den Universitäten Salzburg, Innsbruck, Klagenfurt, Wien, Linz und Graz auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 10 (sehr zufrieden), und wollen herausfinden, ob es Unterschiede zwischen den Universitäten gibt.					
Sie sind ein Gastronomiebetreiber in Wien und möchten untersuchen, ob gewisse Restaurants eher von Studierenden, Angestellten oder Pensionisten/innen besucht wird.					
Sie betreiben Testsupermärkte, um neue Produktverpackungen zu testen. Für eine neue Kekssorte werden 3 verschiedene Verpackungen angeboten. Sie messen dahingehend die Verkaufszahlen.					
In einer Kuranstalt wird untersucht, ob Raucher öfter zu vegetarischem Essen tendieren als Nichtraucher.					

2. Sie sind ein Mobilfunkanbieter und möchten die Zufriedenheit Ihrer Kunden abfragen. Überlegen Sie zunächst welche Bereiche die Zufriedenheit mit dem Mobilfunkbetreiber aus Sicht des Kunden wichtig sind. Erstellen Sie in weiterer Folge einen Vorschlag für einen schriftlichen Fragebogen (versuchen Sie auch diesen optisch, messtechnisch etc. gut zu gestalten) (20 Punkte).

1. Erklären Sie in Grundzügen, was man unter Mystery Shopping versteht? (5 Punkte)

Viel Erfolg

