

Online-Test

Marketing Teil 1

- Nur für registrierte Teilnehmer -

MK 01.

Der "Marketingkommunikationsmix" besteht aus vier Komponenten.

Welche der untenstehenden Komponenten gehört nicht dazu ?

- a) Verkauf
- b) Sponsoring
- c) Werbung
- d) Public Relations

MK 02.

Die Kommunikationsstrategien sind stets ein Teil der integrierten Marketing- und Unternehmensplanung. Bringen Sie bitte die nachstehenden Begriffe durch Eintrag der Nummern 1 bis 3 in den Kästchen in die richtige Reihenfolge :

<input type="text"/>	Marketingziel
<input type="text"/>	Unternehmensziel
<input type="text"/>	Kommunikationsziel

MK 03.

Nennen Sie bitte die vier Profilierungsmöglichkeiten von Marktleistung und Unternehmen ! **Es ist NICHT der Marketing-Mix gemeint !!!**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

MK 04.

Ein Markenname für ein Produkt kann man in der Regel frei wählen.

Welches Gesetz ist jedoch dabei immer zu beachten ?

- a) BGB (Bürgerliches Gesetzbuch)
- b) UWG (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb)
- c) MarkenG (Markengesetz)
- d) HWG (Heilmittelwerbegesetz)

MK 05.

**Nach welcher Regel wird grundsätzlich ein Marketingbudget festgelegt ?
In einem Prozentsatz ...**

- a) vom erzielten Umsatz des Vorjahres der einzelnen Bereiche
- b) vom erzielten Gewinn in ausgewählten einzelnen Bereichen
- c) vom Gesamtkapital
- d) vom Wareneinsatz
- e) von erwarteten Gewinn in ausgewählten einzelnen Bereichen

MK 06.

Es gibt Profit- und Non-Profit-Unternehmen.

Wie beschreiben Sie Profit-Organisationen richtig ?

- a) Sie bieten ihre Leistungen vor allem auch sozialschwachen sowie nicht zahlungskräftigen Kunden an.
- b) Sie dienen ausschließlich und unmittelbar gemeinnützigen, mildtätigen und kirchlichen Zwecken.
- c) Der Zweck liegt in der Deckung eines öffentlichen Bedarfs.
- d) Kontrollmaßstab für den Erfolg ist der Nutzen für die Allgemeinheit
- e) Die Preise für die Leistungen ergeben sich über den Markt

MK 07.

Ihr Arbeitgeber ist der als gemeinnützig anerkannte Verein

"Gesund leben e.V." Welche zwei Grundlagen müssen u.a. gegeben sein, um die Anerkennung der "Gemeinnützigkeit" zu erlangen ?

- a) Zugang nur für bestimmte Personen oder Personengruppen
- b) Geringe Verwaltungskosten
- c) Selbstlosigkeit
- d) Vorrangige Förderung von Freizeitaktivitäten
- e) Förderung der Allgemeinheit
- f) Vertretung von Berufs- und Standesinteressen

MK 08.

Sie wissen, dass gemeinnützige und eingetragene Vereine steuerliche Vorteile haben. Aus Übersichtsgründen soll Ihr Arbeitgeber, der Verein "Gesund leben e.V.", in mehrere Sparten bzw. Bereiche und Geschäftsbetriebe unterteilt werden. In welcher Sparte unterliegen Einnahmen und Ausgaben Ihres Arbeitgebers keinerlei Besteuerung, egal ob Gewinne oder Verluste gemacht werden ?

- a) Zweckbetrieb
- b) Ideeller Betrieb
- c) Vermögensverwaltung
- d) Wirtschaftlicher Gemeinbetrieb nach § 67a AO
- e) Übriger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb

MK 09.

Sie erhalten im Rahmen Ihrer Tätigkeit in der Abteilung Marketing der "Unternehmensberatung Zemke & Partner GbR" zwei unterschiedliche Angebote für Hochglanz-Visitenkarten mit fünffarbigem Reliefdruck :

Angebot A

10 Visitenkarten kosten 39,90 € (netto).

Bei Abnahme von 100 Stück gibt es Naturalrabatt von 8 Stück.

Angebot B

Eine Visitenkarte kostet 4,10 € (netto).

Bei Abnahme von 100 Stück gibt es 15% Barrabatt.

Wie viel EUR (netto) beträgt die Differenz zwischen dem günstigeren und dem teureren Angebot pro Stück bei Abnahme von 100 Stück ?

MK 10.

Sie planen ein Marketing-Event für Ihren Arbeitgeber ("Gesund leben e.V."). Aber in den Bundesländern gibt es Landesgesetze, die als Feiertaggesetze bei der Planung von Veranstaltungen zu beachten sind.

Welche zwei Ziele werden mit diesen Gesetzen u.a. verfolgt ?

- a) Steuerung des Straßenverkehrs
- b) Schutz der "stillen" Feiertage
- c) Reduzierung des Alkoholismus
- d) Schutz der Gottesdienstzeiten
- e) Zusammenführung der Familien an Sonn- und Feiertagen

MK 11.

Was bedeutet "Corporate Identity" ?

- a) Dient dazu das Unternehmen für den "Kunden" unverwechselbar zu machen
- b) Reine Imagewerbung
- c) Summe aller Werbemaßnahmen
- d) Präsentation für den "Kunden" bei jeder Gelegenheit
- e) Jeder "Kunde" verfügt über eine Chipkarte

MK 12.

Sie arbeiten in der Orthopädiewerkstatt "Knickknack OHG". Da Marketing schon während Ihrer Ausbildung ein Lieblingsthema von Ihnen war, analysieren Sie die Marktsituation für die von Ihrem Unternehmen vertriebenen Ellenbogenschützer auf Grund der abgebildeten Daten :

Preis (€)	12,00	14,00	16,00	18,00	20,00	22,00	24,00	26,00
Nachfrage (St.)	45	40	35	30	25	20	15	10
Angebot (St.)	10	12	14	16	18	20	22	24

Bestimmen Sie den Gleichgewichtspreis für Ellenbogenschützer in € !

MK 13.

Situation wie Aufgabe MK 12.

Berechnen Sie den Umsatz, der bei einem Preis von 18,00 EUR erzielt wird, in EUR

MK 14.

Situation wie Aufgabe MK 12.

Prüfen Sie, welche Marktsituation bei einem Preis von 26,00 € gegeben ist !

- a) Nachfrageüberhang
- b) Angebotslücke
- c) Marktgleichgewicht
- d) Angebotsüberhang
- e) Verkäufermarkt

MK 15.

Auf einem Markt mit vollständiger Konkurrenz besteht für ein gleichartiges Gut folgende Gesamtnachfrage und folgendes Gesamtangebot:

Preis je t (in EUR)	Gesamtnachfrage (in t)	Gesamtangebot (in t)
100	2500	1700
105	2300	1900
110	2100	2100
115	1900	2300
120	1700	2500

Welche Aussage ist richtig ?

- a) Bei einem Preis von 115,00 EUR je t besteht ein Angebotsüberhang von 500 t.
- b) Der Gleichgewichtspreis liegt bei einer Nachfragemenge von 1700 t.
- c) Bei einem Preis von 105,00 EUR je t besteht ein Nachfrageüberhang von 400 t.
- d) Bei einem Preis von 100,00 EUR je t besteht ein Nachfrageüberhang von 700 t.
- e) Bei einem Preis von 110,00 EUR je t besteht ein Angebotsüberhang von 200 t.

MK 16.

Zuständig für die ambulante Pflege haben Sie die Aufgabe, eine Analyse zu erstellen, aus der die fünf Einflüsse

- 1. kulturelle Faktoren**
- 2. soziale Faktoren**
- 3. persönliche Faktoren**
- 4. psychologische Faktoren**
- 5. medizinisch/demografische Faktoren**

auf das Nachfrageverhalten der Kunden hervorgehen.

Ordnen Sie die nachstehenden Begriffe durch Eintrag einer der 5 Ziffern den jeweiligen Faktoren zu :

<input type="checkbox"/>	Alter
<input type="checkbox"/>	Bezugsgruppen
<input type="checkbox"/>	Motivation
<input type="checkbox"/>	Familie
<input type="checkbox"/>	Soziales Milieu
<input type="checkbox"/>	Veränderung der Pflegefallwahrscheinlichkeit
<input type="checkbox"/>	wirtschaftliche Verhältnisse
<input type="checkbox"/>	Gesundheitszustand
<input type="checkbox"/>	Wahrnehmung

MK 17.

Öffentlichkeitsarbeit ist ein Teilbereich von Marketing und es gibt fünf Funktionen der Öffentlichkeitsarbeit. Welche gehört nicht dazu ?

- a) Existenzerhaltungsfunktion
- b) Führungsfunktion
- c) Imagefunktion
- d) Informationsfunktion
- e) Kommunikationsfunktion
- f) Unternehmensfunktion

MK 18.

Welche Rechtsform eignet sich nicht für eine Non-Profit-Organisation ?

- a) AG (Aktiengesellschaft)
- b) GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung)
- c) OHG (Offene Handelsgesellschaft)
- d) KGaA (Kommanditgesellschaft auf Aktienbasis)
- e) VVaG (Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit)

MK 19.

**Der Marketing-Management-Prozess besteht aus fünf Phasen.
Welche Phase fehlt hier ?**

1. Analyse
2. ?
3. Planung
4. Durchführung / Umsetzung
5. Kontrolle

MK 20.

**Werbung besteht immer aus Werbemittel und Werbeträger.
Ordnen Sie durch Eintrag der Ziffer**

- 1. für Werbemittel**
- 2. für Werbeträger**

die folgenden Begriffe zu :

<input type="text"/>	Anzeige
<input type="text"/>	Bandenwerbung
<input type="text"/>	Fernsehsender
<input type="text"/>	Film
<input type="text"/>	Homepage
<input type="text"/>	Internet
<input type="text"/>	Plakat
<input type="text"/>	Plakatwand
<input type="text"/>	Rundfunksender
<input type="text"/>	Spot
<input type="text"/>	Zeitung