

## Thema: Grundlagen des Marketing

**Ein Markt besteht aus einer Menge aktueller und potentieller ... bestimmter Leistungen sowie den aktuellen und potentiellen ... dieser Leistungen und den ... zwischen Nachfragern und Anbietern.**

Ein Markt besteht aus einer Menge aktueller und potentieller Nachfrager bestimmter Leistungen sowie den aktuellen und potentiellen Anbietern dieser Leistungen und den Beziehungen zwischen Nachfragern und Anbietern.

**Wodurch kennzeichnet sich die Aufgabenverteilung in großen und mittelgroßen Unternehmungen? Erläutern Sie inwiefern sich die Aufgabenverteilung in kleinen und kleinsten Unternehmungen hiervon unterscheidet. Nennen Sie zudem fünf mögliche Aufgaben.**

# Die Aufgabenverteilung in großen und mittelgroßen Unternehmungen kennzeichnet sich durch eine klare Aufgabenverteilung, Budgetzuteilung und Entscheidungskompetenz.

# In kleinen und kleinsten Unternehmungen erfolgt die Aufgabenverteilung (z.B. des Marketings) in Personalunion getreu dem Motto: Das mache ich dann noch so mit.

# Mögliche Aufgaben sind: Strategieplanung, Einkauf, Vertrieb, Marketing und Marktforschung.

**Marketing ist ... die ... der gesamten Unternehmung von den Märkten her und die ... der Märkte im Sinne der Unternehmung.**

Marketing ist die Führung der gesamten Unternehmung von den Märkten her und die Beeinflussung der Märkte im Sinne der Unternehmung.

**Nennen und erläutern Sie welche Annahmen sich hinter dem Begriff Marketing als duales Führungskonzept verbergen.**

(1) Marketing als Leitbild des Managements: Marketing als marktorientierte Führungskonzeption

(2) Marketing als gleichberechtigte Unternehmensfunktion: Marketing als funktionale Einheit

**Differenzieren Sie zwischen Bedürfnisse und Bedarf.**

# Bedürfnisse sind das Gefühl eines Mangels, mit dem Wunsch, diesen Mangel zu beseitigen.

# Bedarf ist das mit Geld abgedeckte Verlangen nach Gütern zur Befriedigung der Bedürfnisse.