

## **Thema: Managementprozess im Absatzmarketing**

**Welche Umwelten sind Gegenstand der Perspektive einer Handelsunternehmung? Nennen Sie je Umwelt ein Beispiel.**

- (1) Globale Umwelt: z.B. Gesetzgeber
- (2) Aufgabenbezogene Umwelt: z.B. Endkunden
- (3) Interne Umwelt: z.B. Betriebsgröße

**Skizzieren Sie den Kreislauf des Managementprozesses im Absatzmarketing.**

- (1) Situationsanalyse: Aktuelle Situation der Unternehmung in der Umwelt
- (2) Entwicklungsprozess: Prognoseberichte und Gesamtaussagen
- (3) Zielplanung: Treffen von normative Aussagen mit Zielcharakter
- (4) Maßnahmenplanung: Instrumente des Absatzmarketings
- (5) Wirkungsprognose: Instrumente des Absatzmarketings
- (6) Entscheidung: Instrumente des Absatzmarketings
- (7) Durchführung: Führung und Umsetzung von Konzepten
- (8) Kontrolle: Überprüfung der Zielerreichung

**Definieren Sie absoluten und relativen Marktanteil in Bezug auf die Zielplanung einer Unternehmung.**

# Der absolute Marktanteil beschreibt den Anteil des Umsatzes der eigenen Unternehmung am Umsatz des gesamten Marktes.

# Der relative Marktanteil beschreibt den absoluten Marktanteil der eigenen Unternehmung in Relation zum absoluten Marktanteil des stärksten Konkurrenten.

**Skizzieren Sie die vier Führungsstile in Bezug auf die Durchführung einer Unternehmung.**

- (1) Patriarchalisch: Alleinige Führungsinstanz ist der Patriarch
- (2) Charismatisch: Herrschaftsanspruch basiert auf Persönlichkeit
- (3) Autokratisch: Institutionalisierte Instanzenapparate
- (4) Bürokratisch: Verfeinertes Instanzensystem

**Skizzieren Sie vier Marketinginstrumente und geben Sie je Instrument zwei Beispiele an.**

- (1) Produkt- und Sortimentspolitik: Sortimentsbildung und Produktqualität
- (2) Kommunikationspolitik: Werbung und Sponsoring
- (3) Distributionspolitik: Absatzwege und Logistik
- (4) Preis- und Konditions politik: Listenpreis und Zahlungsbedingungen und Lieferbedingungen