

Thema: Aspekte und Umwelten

Nennen Sie die beiden Aspekte nach denen sich Marketing differenzieren lässt und geben Sie jeweils zwei passende Beispiele an.

- # Marketing differenziert sich nach Sektoralaspekten und Spezialaspekten.
- # Nach Sektoralaspekten: Handelsmarketing und Konsumgütermarketing
- # Nach Spezialaspekten: Internationales Marketing und Öko-Marketing

Nennen Sie die drei Umwelten, welche differenziert werden und geben Sie diesbezüglich jeweils drei passende Beispiele an.

- # Globale Umwelt: Verbände, Medien und Gesetzgeber
- # Aufgabenbezogene Umwelt: Endkunden, Lieferanten und Händler
- # Interne Umwelt: Betriebsgröße, Organisation und Prozesse

Wodurch wird Informationsbedarf artikuliert und wodurch kann er gedeckt werden?

Der Informationsbedarf wird durch Strukturen und Verhaltensweisen von Firmen und Personen der globalen, aufgabenbezogenen und internen Umwelt artikuliert (z.B. Käuferverhalten).

Die Deckung des Informationsbedarfs erfolgt durch die Marktforschung.

Ergänzen Sie im Schaubild die fehlenden Fachbegriffe.

