

Bachelorstudium BWL

Übung zur Vorlesung Marketing Wintersemester 2020

Übungsblatt 1

Aufgaben:

1. Das Marketingverständnis hat sich über die Zeit hinweg verändert. Nennen Sie drei Aspekte dieser Veränderung und beschreiben Sie das moderne Marketingverständnis.
2. Welches ist der größte Unterschied zwischen dem Marketingkonzept und dem Produktions-, Produkt- und Verkaufskonzept? Welche Konzepte sind kurzfristig am leichtesten anzuwenden, welche versprechen auf lange Sicht den größten Erfolg?
3. In welchen Fällen lohnt es sich für ein Unternehmen nicht, das Marketingkonzept zu befolgen? Welche Konzepte sind in diesen Fällen besonders empfehlenswert?
4. Das Marketing möchte dazu beitragen, Bedürfnisse zu befriedigen. Welche Bedürfnisse befriedigt a) o2, b) Amazon, c) McDonalds? Sind dies Bedürfnisse, die allgemein empfunden werden? Nehmen Sie hier durchaus kritisch zum Einsatz des Marketing Stellung.
5. Die Brauerei „Fässchen-Pils AG“ produziert und verkauft auf dem nationalen Markt verschiedene Biersorten sowie weitere Erfrischungsgetränke. Bisher fokussierte die „Fässchen-PilsDas Unternehmen will neuen Anforderungen des Wettbewerbs entgegenzutreten, indem es eine marktorientierte Unternehmensführung einführt. Welche Anpassungserfordernisse ergeben sich für die Brauerei „Fässchen-Pils AG“ bei der Implementierung einer marktorientierten Unternehmensführung?