

Bitte beachten Sie, dass auf den *Notenbescheiden des Prüfungsamtes* nicht die in der Klausur erreichte Punktzahl, sondern die erreichte Punktzahl in Prozent der maximal erreichbaren Gesamtpunktzahl angegeben wird.

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Name:

Vorname:

Klausur: **Strategisches Marketing und Internationales Marketing**
Modulnummer: **32601**
Termin: **14.03.2017, 11.30 - 13.30 Uhr**
Prüfer: **Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich**

Aufgabe	1	2	3	Gesamt
maximale Punktzahl	30	30	60	120
erreichte Punktzahl				

Dieser Bereich wird vom Lehrstuhl ausgefüllt!

Gesamtpunktzahl:

Note:

Datum:

Unterschrift
des Prüfers:

HINWEISE FÜR DIE BEARBEITUNG

1. Die Klausurunterlagen umfassen **16** Seiten mit **3** Aufgaben. Davon entfallen
 - 2 Seiten auf Deckblatt und Bearbeitungshinweise,
 - 4 Seiten auf Aufgaben,
 - 8 Seiten auf Lösungsbögen und
 - 2 Seiten auf Konzeptbögen.
2. Überprüfen Sie bitte sofort Ihre Klausurunterlagen auf Vollständigkeit!
3. Tragen Sie auf dem Deckblatt Ihren Namen, Vornamen und Ihre Matrikelnummer ein! Versehen Sie ergänzend alle weiteren Seiten der Klausur mit Ihrer Matrikelnummer!
4. Die Bearbeitungszeit für die Klausur beträgt 120 Minuten. Bei jeder (Teil-)Aufgabe ist die maximal erreichbare Punktzahl angegeben. Die maximal erreichbare Punktzahl für die gesamte Klausur beträgt 120 Punkte. Beachten Sie dies bei der Zeitplanung für die Gesamtklausur sowie für die einzelnen (Teil-)Aufgaben! Lesen Sie sich die einzelnen Aufgabenstellungen sorgfältig durch! Es sind alle Aufgaben zu bearbeiten.
5. Benutzen Sie für die Bearbeitung der Aufgaben die Ihnen zur Verfügung gestellten Lösungsbögen (inklusive Rückseiten)! Zusätzliches Papier ist nicht zugelassen. Verwenden Sie einen dokumentenechten Stift (Kugelschreiber oder Füllfederhalter), keinen Bleistift! Schreiben Sie leserlich! Unleserliche Ausführungen können nicht gewertet werden. Beachten Sie zudem, dass die Klausur auch einzelne (Teil-)Aufgaben beinhalten kann, bei denen es erforderlich ist, Ihre Antworten direkt in die in der Aufgabenstellung abgedruckten Tabellen einzutragen (z. B. im Falle von Multiple-Choice-Aufgaben)!
6. Für Ihre Notizen stehen Ihnen Konzeptbögen am Ende der Klausur zur Verfügung. Beachten Sie hierbei, dass Ihre Angaben auf den Konzeptbögen nicht in die Bewertung eingeschlossen werden!
7. Die Verwendung eines Taschenrechners ist dann und nur dann erlaubt, wenn dieser einer der drei folgenden Modellreihen angehört:
 - Casio fx86 oder fx87
 - Texas Instruments TI 30 X II
 - Sharp EL 531

Die Verwendung anderer Taschenrechnermodelle wird als Täuschungsversuch gewertet und mit der Note „nicht ausreichend“ (5,0) sanktioniert.

Ob ein Taschenrechner einer der drei Modellreihen angehört, können Sie selbst überprüfen, indem Sie die vom Hersteller auf dem Rechner angebrachte Modellbezeichnung mit den oben angegebenen Bezeichnungen vergleichen: Bei vollständiger Übereinstimmung ist das Modell erlaubt. Ist die auf dem Rechner angebrachte Modellbezeichnung umfangreicher, enthält aber eine der oben angegebenen Bezeichnungen vollständig, ist das Modell ebenfalls erlaubt. In allen anderen Fällen ist das Modell nicht erlaubt. Eventuelle Vorgänger- oder Nachfolgemodelle, die nicht in der oben aufgeführten Liste enthalten sind, sind ebenfalls nicht erlaubt.

8. Geben Sie die Klausur vollständig ab!

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Matrikelnummer

--	--	--	--	--	--	--

Klausur ‚Strategisches Marketing und Internationales Marketing‘

WS 2016/17

Gesamtpunktzahl: 120

Aufgabe 1: Die PIMS-Studie

30 Punkte

- a) Erläutern Sie ausführlich die PIMS-Studie! Gehen Sie hierbei insbesondere auf die Zielsetzung und auf die Ergebnisse der PIMS-Studie ein! 15 Punkte
- b) Welche Strategien lassen sich aus den Ergebnissen der PIMS-Studie in Teilaufgabe a) ableiten? Begründen Sie Ihre Antwort! 10 Punkte
- c) Verdeutlichen Sie anhand eines aussagekräftigen Beispiels, dass die von Ihnen unter b) skizzierten Begründungen sinnvoll sind! 5 Punkte

Aufgabe 2: Schätzung von Preisabsatzfunktionen

30 Punkte

Ein Handelsunternehmen, das zwei Verkaufsstätten betreibt, möchte den Verkaufspreis für den Artikel *A* festlegen. Dem Handelsunternehmen liegen für die Kalenderwochen KW 7 bis KW 9 die folgenden Daten über Verkaufspreise, Absatzmengen sowie durchgeführte Werbeaktionen für Artikel *A* vor:

i	Datum	Artikel	Preis p_i	Menge x_i	Verkaufs- stätte	Werbe- aktion
1	KW 7	<i>A</i>	1,78	62	1	nein
2	KW 7	<i>A</i>	1,78	82	2	nein
3	KW 8	<i>A</i>	1,49	88	1	ja
4	KW 8	<i>A</i>	1,78	74	2	nein
5	KW 9	<i>A</i>	1,88	45	1	nein
6	KW 9	<i>A</i>	1,49	99	2	ja

Matrikelnummer

--	--	--	--	--	--	--	--

- a) Schätzen Sie mit Hilfe der linearen Regression die Preisabsatzfunktion für das Produkt *A*! Erläutern Sie Ihre Vorgehensweise! 15 Punkte

Verwenden Sie bei der Regressionsanalyse die Preisabsatzfunktion $x = a + b \cdot p$ mit:

$$a = \bar{x} - b \cdot \bar{p} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N x_i - \frac{b}{N} \sum_{i=1}^N p_i$$

$$b = \frac{s_{p,x}}{s_p^2} = \frac{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N p_i \cdot x_i - \bar{p} \cdot \bar{x}}{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (p_i - \bar{p})^2}$$

- b) Welche Einflussfaktoren können auf Basis der vorliegenden Daten bei der Schätzung einer Preisabsatzfunktion mittels linearer Regression berücksichtigt werden? Welche Möglichkeiten zur Ermittlung einer Preisabsatzfunktion gibt es, wenn sich ein bestimmter Einflussfaktor sehr stark auf die Nachfrage auswirkt? Erläutern Sie das Vorgehen für den Fall, dass die Verkaufsstätte den Absatz des Artikels *A* wesentlich beeinflusst hat! 10 Punkte
- c) Unter welchen Umständen kann sich die wochenweise Verdichtung der Daten bei der Kontrolle des Einflussfaktors *Zeit* als problematisch herausstellen? Nennen und erläutern Sie vier Beispiele! 5 Punkte

Matrikelnummer

--	--	--	--	--	--	--

Aufgabe 3: Internationale produktpolitische Strategien und Preisdifferenzierung**60 Punkte**

- a) Ein Unternehmen vertreibt auf seinem Heimatmarkt Kaffeebohnen in 500-Gramm-Packungen. Die Kaffeebohnen sollen auf weiteren Ländermärkten angeboten werden. Dem Unternehmen stehen die Ländermärkte A und B im Rahmen der internationalen Marktbearbeitung zur Verfügung. Es entstehen einheitliche variable Stückkosten in Höhe von 1,50 € pro Packung.
- Für beide Ländermärkte sind die Nachfragefunktionen bekannt: Für Ländermarkt A gilt $x_A = 2.800.000 - 800.000p_A$ und für Ländermarkt B gilt $x_B = 3.700.000 - 500.000p_B$ für die jeweilige Menge an Packungen.

30 Punkte

Berechnen Sie für jeden Ländermarkt den optimalen Preis, zu dem das Unternehmen seine Kaffeebohnen anbieten sollte, um seinen Deckungsbeitrag zu maximieren! Geben Sie für beide Ländermärkte die maximal erzielbaren Deckungsbeiträge an! Vernachlässigen Sie jegliche Aspekte von Arbitrage und fixe Kosten! Zeichnen Sie zudem in einer Abbildung die Nachfragefunktionen beider Ländermärkte!

- b) Aufgrund von Marktforschungsuntersuchungen und produktpolitischer Analysen wurde festgestellt, dass die Nachfrage in den Ländermärkten A und B auch mit einer veränderten Sorte Kaffeebohnen bedient werden kann.

20 Punkte

In Ländermarkt A soll aufgrund unterschiedlicher Geschmäcker die Röstung und damit der Produktkern angepasst werden. Eine neue Verpackungsgestaltung soll die Röstung kommunikationspolitisch hervorheben. Für die Produktkernanpassung entstehen einmalige Kosten in Höhe von 100.000 € und für die neue Verpackungsgestaltung zusätzliche variable Kosten in Höhe von 1 € pro Packung Kaffeebohnen.

Für Ländermarkt B kann die Röstung beibehalten werden. Aufgrund klimatischer Verhältnisse muss die Verpackung allerdings eine besondere Resistenz gegen Kälte aufweisen, um die Bohnen vor Schäden zu bewahren. Zusätzlich steht für die Konsumenten in Ländermarkt B nicht die Röstung, sondern die Herkunft der Bohnen

Matrikelnummer

--	--	--	--	--	--	--	--

im Vordergrund ihrer Kaufentscheidung. Eine neue Verpackungsgestaltung soll die Herkunft kommunikationspolitisch hervorheben. Es entstehen zusätzliche variable Stückkosten für die neue Kälteresistenz der Verpackung in Höhe von 1,50 € und für die Verpackungsgestaltung in Höhe von 1 €.

Für beide Ländermärkte sind die Nachfragefunktionen bekannt: Für Ländermarkt A gilt $x_A = 4.687.500 - 625.000p_A$ und für Ländermarkt B gilt $x_B = 3.840.000 - 480.000p_B$. Berechnen Sie für jeden Ländermarkt den optimalen Preis, zu dem das Unternehmen seine Kaffeebohnen anbieten sollte, um seinen Deckungsbeitrag zu maximieren! Geben Sie auch für beide Ländermärkte die maximal erzielbaren Deckungsbeiträge an! Vernachlässigen Sie jegliche Aspekte von Arbitrage! Zeichnen Sie die Nachfragefunktionen aus Teilaufgabe a) in ein neues Koordinatensystem mit den Nachfragefunktionen aus Teilaufgabe b) und gehen Sie auf Veränderungen in den Nachfragefunktionen ein! Interpretieren Sie Ihr Ergebnis!

- c) Das Unternehmen möchte die Kaffeebohnen weltweit vertreiben. Dazu entschließt sich das Unternehmen, auf eine Produktkernanpassung zu verzichten. Die lokalen Gegebenheiten werden ignoriert. Gehen Sie in unter Rückgriff auf die Ergebnisse aus den Teilaufgaben a) und b) auf die korrespondierenden produkt-, preis- und kommunikationspolitischen Probleme ein! Wie könnten diese Probleme gelöst werden? 10 Punkte

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur: Strategisches Marketing und Internationales Marketing
Termin: 14.03.2017, 11.30 - 13.30 Uhr
Prüfer: Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

Bitte auch die Rückseite benutzen!

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur: Strategisches Marketing und Internationales Marketing
Termin: 14.03.2017, 11.30 - 13.30 Uhr
Prüfer: Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

Bitte auch die Rückseite benutzen!

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur: Strategisches Marketing und Internationales Marketing
Termin: 14.03.2017, 11.30 - 13.30 Uhr
Prüfer: Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

Bitte auch die Rückseite benutzen!

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur: Strategisches Marketing und Internationales Marketing
Termin: 14.03.2017, 11.30 - 13.30 Uhr
Prüfer: Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

Bitte auch die Rückseite benutzen!

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur: Strategisches Marketing und Internationales Marketing
Termin: 14.03.2017, 11.30 - 13.30 Uhr
Prüfer: Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

Bitte auch die Rückseite benutzen!

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur: Strategisches Marketing und Internationales Marketing
Termin: 14.03.2017, 11.30 - 13.30 Uhr
Prüfer: Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

Bitte auch die Rückseite benutzen!

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur: Strategisches Marketing und Internationales Marketing
Termin: 14.03.2017, 11.30 - 13.30 Uhr
Prüfer: Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

Bitte auch die Rückseite benutzen!

--	--	--	--	--	--	--

Matrikelnummer

Klausur: Strategisches Marketing und Internationales Marketing
Termin: 14.03.2017, 11.30 - 13.30 Uhr
Prüfer: Univ.-Prof. Dr. R. Olbrich

Bitte auch die Rückseite benutzen!

Raum für Ihre Notizen

**Achtung: Diese Seite wird NICHT in
die Bewertung eingeschlossen!**

Raum für Ihre Notizen

**Achtung: Diese Seite wird NICHT in
die Bewertung eingeschlossen!**