

## Arbeitsblatt: Marketing

1) Skizzieren Sie den Kerngedanken des Marketings.

---

2) Warum ist es für das Unternehmen wichtig, die Kaufmotive der Käufer kennen zu lernen?

---

3) Geben Sie drei Informationsquellen an, die der Unternehmung im Rahmen der Sekundärforschung zur Verfügung stehen.

---

4) Was versteht man unter Produktdiversifikation?

---

5) Geben Sie ein Beispiel für eine zeitliche Preisdifferenzierung.

---

6) Was versteht man unter Rabatt?

---

7) Welche Stufen bzw. Planungsschritte umfasst ein Werbeplan?

---

---

8) Was versteht man unter Leasing?

---

9) Was versteht man unter Public Relations?

---

10) Skizzieren Sie die Grundkonzeption des Franchising.

---

11) Was versteht man unter einem Handelsvertreter?

---

---

12) Was versteht man unter Skonto?

---

13) Nennen Sie je ein Beispiel für eine zeitliche und eine mengenmäßige Preisdifferenzierung!

---

---

14) Begründen Sie, in welcher Phase des Lebenszyklus eines Produktes besonders intensiv geworben werden sollte!

---

---