

LF 7/ Frau RichterPhase 4 (Planung der Marketinginstrumente- MarketingMix)**Preis- und Konditionenpolitik (price)**

Beantworten Sie die Fragen im Lehrbuch S. 414/415 Aufgaben 1-7 zur Preis- und Konditionenpolitik, als ein Marketinginstrument im PDL- Bereich und nutzen Sie folgende Informationen:

- Schauen Sie sich den Beitrag auf Studyflix zur Preispolitik an unter:
<https://studyflix.de/wirtschaft/preispolitik-1181>, Zugriff am 28.4.2020
- Lehrbuch S. 405 – 415 (Hinweis: Die Zusammenfassung S. 413/414 ist eine gute Übersicht zu den Inhalten der Preispolitik als Prüfungsvorbereitung)

LB. S. 414/415 Aufgaben 1- 7, Auflage 2:

1. Viele Dienstleistungen und Produkte sind einem wachsenden Preisdruck ausgesetzt. Nennen Sie mögliche Gründe!
 2. Weshalb sind preispolitischen Entscheidungen mit Risiken verbunden? Erklären Sie in diesem Zusammenhang, warum heutige Preisentscheidungen Einfluss auf künftige Preisentscheidungen haben?
 3. Warum sind loyale Kunden preisunsensibler?
 4. Erläutern Sie die Begriffe Verwaltungskosten (Overheadkosten) und Selbstkosten. Geben Sie für allgemeine Verwaltungskosten drei Beispiele an!
 5. Beschreiben Sie, welche Aufgaben Preisanalyse und Preiscontrolling im Rahmen der Preisfestlegung übernehmen!
 6. Welche Maßnahmen können ergriffen werden, um die Preisdurchsetzung am Markt zu optimieren.
 7. Erläutern Sie den Begriff Konditionenpolitik anhand von Beispielen.
-

Deutsch

Wdh. Der Gebrauch von Aktiv/ Passiv als stilistisches Ausdrucksmittel

LF 7Teil A:

Wiederholung der Phasen 1 und 2 des Marketingkreislaufes (Marktforschung und Marketingziel) zur Vorbereitung auf die LK

Teil B:

Beantworten Sie folgende Fragen zu den Phasen 3 und 4 des Marketingkreislaufes:

Phase 3 (Marketingstrategien):

Informationen: Lehrbuch S. 384 – 388, 2. Auflage

1. Erklären Sie den Begriff Marketingstrategie.
2. Nennen Sie die fünf im Lehrbuch dargestellten Marketingstrategien und definieren Sie diese! Welches Ziel verfolgen diese Strategien jeweils?
3. Welche strategischen Ansatzpunkte erfasst die Produkt-Markt- Matrix (Ansoff- Matrix)?

Phase 4 (Planung der Marketinginstrumente- MarketingMix)

Informationen: Sehen Sie sich den Beitrag zum Marketing Mix bei studyflix an, unter <https://studyflix.de/wirtschaft/marketing-mix-1418> (Zugriff am 20.4.20) und beantworten Sie folgende Fragen! Weitere Infos finden Sie im Lehrbuch S. 360, 2. Auflage.

4. Erklären Sie den Begriff Marketing Mix.
5. Nennen Sie die klassischen Marketinginstrumente (4 P`s)!

6. Nennen Sie die 3 P's, welche zusätzlich im Dienstleistungsmarketing und demnach in der PDL- Branche eine wichtige Rolle spielen!
 7. Geben Sie zu jedem Marketinginstrument 2 Beispielfragen an, welche das Instrument bearbeitet!
-

LF 5, Zander

Festigen Sie im Rahmen des bilingualen Unterrichts die Besonderheiten der Unternehmensformen sowie deren englische Begriffe. Tragen Sie darüber hinaus mithilfe des Buches sowie des Internets wichtige Informationen zum Thema 5.5 Besondere Arbeitnehmergruppen zusammen (Schwerbehinderte inklusive Berechnung der Schwerbehindertenausgleichsabgabe, ausländische Arbeitnehmer, Sonstige).

LF8

LB S.558/678 Aufgabe 5
