

# FACHHOCHSCHULE DORTMUND

Fachbereich Wirtschaft

Fachprüfung: Außenwirtschaft / International Business  
Teilprüfung: Internationales Marketing  
Termin: SS 1994 (neue Studienordnung) 21. Juni 1994  
Bearbeitungszeit 40 Minuten (40 Punkte)  
Hilfsmittel: keine Ausnahme für alle ausländischen Kommilitonen: Wörterbuch

Beantworten Sie bitte nach eigener Wahl zwei von drei Fragen:

Hinweis: Beantwortung in Stichworten

Umfang jeweils maximal 2 Seiten!

## Frage 1

Welche Überlegungen liegen der Marktsegmentierung zugrunde? Wie könnte konkret die Beschreibung für ein Segment aussehen, das auf den Absatz eines neuartigen Elektrogerätes für den französischen Markt abzielt? Bei dem Gerät handelt es sich um die Neueinführung des Trockenrasierers „Lady Shave“ der Japanischen Firma Harakiri. Dieser Rasierer arbeitet auf Akku-Basis und besticht durch seine handliche Größe in Form einer Zigarre. (20 Punkte)

## Frage 2

Was ist das Ziel und Inhalt der Mediaplanung. Welche Bedeutung kommt hier dem sogenannten Tausender-Preis zu? Können Sie als Beispiel den aktuellen Tausender-Preis einer deutschen Zeitschrift nennen (20 Punkte).

## Frage 3

Im Rahmen der Produktpolitik unterscheidet man verschiedene *Strategien*. *Frage*: Welche? Was für produktstrategische Konsequenzen könnten sich im Rahmen der Diversifikation für die Schweizer Firma DR GSÜNDLI ergeben, die Müsli aus garantiert biologisch einwandfreien Anbaugebieten über Reformhäuser vertreibt. Zur Zeit als 500 Gramm Packung in den zwei Sorten DGV Dr. Gsündli Vollschat und DGO Dr. Gsündli Obstgarten.

Schlussbemerkung: Zusätzlich beantwortete Fragen und Ergänzungen, die über den Inhalt der Fragen hinaus gehen, werden nicht bewertet. Seiten bitte durchlaufend nummerieren. Bitte setzen sie bei Abgabe ihre Registernummer (Liste bei Aufsicht) ein. Danke!

*Viel Erfolg!*