|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Marketing Übungen | youtu.be/-XTWtXR2gmw | Video |

***Bearbeite die folgenden Übungen mit Hilfe des verlinkten Erklärvideos!***

## Begriffe zuordnen

*Aufgabenstellung: Ordne jedem Begriff die passende Erklärung zu!*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| (B) | Marketing |  | (1) | strategische Planung zur Verkaufssteigerung |
| (C) | Preispolitik |  | (2) | Organisation, die Produkte oder Dienstleistungen anbietet |
| (D) | Marketing-Mix |  | (3) | Prozess zur Steigerung der Markenbekanntheit |
| (E) | Unternehmen |  | (4) | Maß für die Erfüllung von Kundenbedürfnissen |
| (E) | Produktpolitik |  | (5) | Kombination verschiedener Marketingstrategien |
| (E) | Vertriebspolitik |  | (6) | Entscheidungen über Produkteigenschaften und -angebote |
| (K) | Kommunikationspolitik |  | (7) | Festlegung von Preisen für Produkte |
| (T) | Markenaufbau |  | (8) | Strategien zur Kundenansprache und Information |
| (T) | Kundenzufriedenheit |  | (9) | Methoden zur Distribution von Produkten |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lösungswort:** | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |

## Sätze vervollständigen

*Aufgabenstellung: Ordne jedem Satzanfang das passende Satzende zu!*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| (D) | Gutes Marketing erfordert ... |  | (1) | ... ihre Produkte bekannt zu machen. |
| (E) | Kundenzufriedenheit fördert die ... |  | (2) | ... Markenbindung und Loyalität. |
| (E) | Der Marketing-Mix umfasst ... |  | (3) | ... verschiedene wichtige Strategien. |
| (H) | Produktpolitik entscheidet über ... |  | (4) | ... die Eigenschaften der Produkte. |
| (N) | Kommunikationspolitik nutzt Medien ... |  | (5) | ... hoch die Preise sein sollten. |
| (S) | Marketing hilft Unternehmen ... |  | (6) | ... zur Erreichung der Kunden. |
| (U) | Preispolitik beeinflusst, wie ... |  | (7) | ... eine gründliche Kundenanalyse. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lösungswort:** | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

## Fragen (Multiple-Choice)

*Aufgabenstellung: Beantworte die Fragen mit Hilfe der Informationen!*

|  |  |
| --- | --- |
| 1. | Was ist das Ziel von Marketing? |
| (R) | Wettbewerber zu verdrängen |
| (S) | die Verkaufszahlen erhöhen |
| (V) | Kunden zu ignorieren |
| 2. | Was ist ein Beispiel für Markenaufbau? |
| (A) | Schnelle Umsatzsteigerung |
| (C) | Kundenbindung bei Apple |
| (S) | Kundenwechsel zu anderen Marken |
| 3. | Was umfasst die Produktpolitik? |
| (H) | Entscheidungen über Produkteigenschaften |
| (N) | Kundenanalysen durchführen |
| (R) | Preise und Rabatte festlegen |
| 4. | Wie nennt man die Kombination von Marketingstrategien? |
| (I) | Marketing-Mix |
| (R) | Vertriebspolitik |
| (V) | Markenentwicklung |
| 5. | Welches Marketing ist offline? |
| (A) | Social Media-Werbung |
| (F) | Werbung in Zeitungen |
| (S) | Influencer-Marketing |
| 6. | Was untersucht die Preispolitik? |
| (F) | Festlegung von Preisen für Produkte |
| (R) | Verpackung von Produkten |
| (V) | Vertriebskanäle für Produkte |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Lösungswort: | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

## Richtig oder falsch?

*Aufgabenstellung: Gib an, ob die Aussagen richtig oder falsch sind!*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| wahr | falsch |  |
| (K) | (V) | 1. Unternehmen nutzen Marketing zur Verkaufssteigerung. |
| (F) | (A) | 2. Alle Unternehmen haben die gleichen Marketingstrategien. |
| (R) | (F) | 3. Marketing wird nur für Werbung betrieben. |
| (F) | (R) | 4. Kundenzufriedenheit ist wichtig für den Markenaufbau. |
| (E) | (T) | 5. Marketing umfasst mehr als nur Werbung. |
| (A) | (E) | 6. Kunden sind immer loyal zu allen Marken. |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Lösungswort: | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

## 7 Fragen zum Text

*Aufgabenstellung: Beantworte die Fragen mit je einem oder zwei ganzen Sätzen!*

Wie hilft Marketing bei der Umsatzsteigerung?

Was sind typische Ziele des Markenaufbaus?

Welche Rolle spielt die Kundenanalyse im Marketing?

Wie unterscheidet sich Online-Marketing von Offline-Marketing?

Was sind Beispiele für Kommunikationspolitik?

Wie beeinflusst die Preispolitik den Verkaufserfolg?

Was sind die Vorteile des Marketing-Mix?

**Marketing – Lösungsblatt 1**

## Begriffe zuordnen

*Aufgabenstellung: Ordne jedem Begriff die passende Erklärung zu!*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| (B) | Marketing |  | (1) | strategische Planung zur Verkaufssteigerung |
| (E) | Unternehmen |  | (2) | Organisation, die Produkte oder Dienstleistungen anbietet |
| (T) | Markenaufbau |  | (3) | Prozess zur Steigerung der Markenbekanntheit |
| (T) | Kundenzufriedenheit |  | (4) | Maß für die Erfüllung von Kundenbedürfnissen |
| (D) | Marketing-Mix |  | (5) | Kombination verschiedener Marketingstrategien |
| (E) | Produktpolitik |  | (6) | Entscheidungen über Produkteigenschaften und -angebote |
| (C) | Preispolitik |  | (7) | Festlegung von Preisen für Produkte |
| (K) | Kommunikationspolitik |  | (8) | Strategien zur Kundenansprache und Information |
| (E) | Vertriebspolitik |  | (9) | Methoden zur Distribution von Produkten |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lösungswort:** | (B) | (E) | (T) | (T) | (D) | (E) | (C) | (K) | (E) |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |

## Sätze vervollständigen

*Aufgabenstellung: Ordne jedem Satzanfang das passende Satzende zu!*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| (S) | Marketing hilft Unternehmen ... |  | (1) | ... ihre Produkte bekannt zu machen. |
| (E) | Kundenzufriedenheit fördert die ... |  | (2) | ... Markenbindung und Loyalität. |
| (E) | Der Marketing-Mix umfasst ... |  | (3) | ... verschiedene wichtige Strategien. |
| (H) | Produktpolitik entscheidet über ... |  | (4) | ... die Eigenschaften der Produkte. |
| (U) | Preispolitik beeinflusst, wie ... |  | (5) | ... hoch die Preise sein sollten. |
| (N) | Kommunikationspolitik nutzt Medien ... |  | (6) | ... zur Erreichung der Kunden. |
| (D) | Gutes Marketing erfordert ... |  | (7) | ... eine gründliche Kundenanalyse. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lösungswort:** | (S) | (E) | (E) | (H) | (U) | (N) | (D) |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

**Marketing – Lösungsblatt 2**

## Fragen Multiple-Choice

|  |  |
| --- | --- |
| 1. | Was ist das Ziel von Marketing? |
| (S) | die Verkaufszahlen erhöhen |
| 2. | Was ist ein Beispiel für Markenaufbau? |
| (C) | Kundenbindung bei Apple |
| 3. | Was umfasst die Produktpolitik? |
| (H) | Entscheidungen über Produkteigenschaften |
| 4. | Wie nennt man die Kombination von Marketingstrategien? |
| (I) | Marketing-Mix |
| 5. | Welches Marketing ist offline? |
| (F) | Werbung in Zeitungen |
| 6. | Was untersucht die Preispolitik? |
| (F) | Festlegung von Preisen für Produkte |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Lösungswort: | (S) | (C) | (H) | (I) | (F) | (F) |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

## Richtig oder falsch?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| wahr | falsch |  |
| (K) |  | 1. Unternehmen nutzen Marketing zur Verkaufssteigerung. |
|  | (A) | 2. Alle Unternehmen haben die gleichen Marketingstrategien. |
|  | (F) | 3. Marketing wird nur für Werbung betrieben. |
| (F) |  | 4. Kundenzufriedenheit ist wichtig für den Markenaufbau. |
| (E) |  | 5. Marketing umfasst mehr als nur Werbung. |
|  | (E) | 6. Kunden sind immer loyal zu allen Marken. |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Lösungswort: | (K) | (A) | (F) | (F) | (E) | (E) |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

**Fragen und Antworten**

Wie hilft Marketing bei der Umsatzsteigerung?

Marketing steigert die Bekanntheit und Nachfrage nach Produkten.

Was sind typische Ziele des Markenaufbaus?

Ziele sind Kundenzufriedenheit, Loyalität und Bekanntheit.

Welche Rolle spielt die Kundenanalyse im Marketing?

Die Kundenanalyse identifiziert Bedürfnisse und Präferenzen.

Wie unterscheidet sich Online-Marketing von Offline-Marketing?

Online-Marketing nutzt digitale Plattformen, Offline-Marketing nicht.

Was sind Beispiele für Kommunikationspolitik?

Beispiele sind Social Media, TV und Online-Werbung.

Wie beeinflusst die Preispolitik den Verkaufserfolg?

Sie bestimmt, wie attraktiv die Preise für Kunden sind.

Was sind die Vorteile des Marketing-Mix?

Er ermöglicht eine gezielte Ansprache verschiedener Zielgruppen.