

Einsendearbeit

In der Regel schreiben Sie während Ihrer Weiterbildung Einsendearbeiten zur Lernerfolgskontrolle.

Die Prüfungsinhalte der einzelnen Einsendearbeiten sind der Rubrik „Prüfungsleistungen“ im Online-Campus zu entnehmen. Die Einsendearbeiten sind ebenfalls im Online-Campus zur Bearbeitung abgelegt.

A. Vorbemerkungen:

Die fristgerecht eingegangene Einsendearbeit wird korrigiert und im Online-Campus wieder zur Verfügung gestellt.

B. Hinweise zur Bewertung:

1. Bei jeder Aufgabe bzw. Teilaufgabe ist die erreichbare Punktzahl vermerkt.
2. Sie benötigen mindestens 54 % der insgesamt erreichbaren Punktzahl, damit diese Einsendearbeit als erfolgreich bearbeitet gelten kann.

C. Hinweise zur Bearbeitung/Einreichung:

1. Die Aufgaben sind mit **eigenen Worten** zu beantworten. Bitte kopieren Sie keine Texte aus Ihrem Studienheft oder aus anderen fremden Textquellen. Zitate sind als solche zu kennzeichnen und die Quelle anzugeben.
2. Schreiben Sie **maximal** eine DIN-A4-Seite (bei Schriftgröße 12 Pt.) pro Aufgabe.

Bitte beachten Sie:

Grundlage für die folgenden Aufgaben sind die Studieneinheiten:

Teil A – Marketingphilosophie und strategisches Marketing

Teil B – Marketing-Mix

Teil C – Management der Verkehrsträger

Sie können die Teile in beliebiger Reihenfolge bearbeiten.

Wir haben die Aufgaben so ausgewählt, dass zum einen Ihr Wissen abgefragt wird (= **Reproduktion**, z.B. von Definitionen, Begriffen, Merkmalen usw.), zum anderen Ihr Wissen angewendet werden soll (= **Transfer**, z.B. Beurteilung von Alternativen).

Für die Bearbeitung der Aufgaben ist die Beschäftigung mit weiterführender Literatur nicht zwingend notwendig. Sie sollten aber eventuell vorhandene Unklarheiten bzw. Informationsdefizite anhand entsprechender Bücher aufarbeiten.

Sie erhalten Ihre Einsendearbeit so schnell wie möglich korrigiert zurück.

Das IST-Team wünscht Ihnen viel Erfolg bei der Bearbeitung!

Teil A – Marketingphilosophie und strategisches Marketing

Aufgabe 1

9 Punkte

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten der Datenerhebung. Dabei wird zwischen Primär- und Sekundärforschung unterschieden.

- a) Nennen Sie die beiden unterschiedlichen Quellen der Sekundärforschung und zählen Sie jeweils drei Beispiele auf. Welche Vorteile hat die Sekundärforschung? (6 Punkte)
- b) Unter Primärforschung versteht man die Beschaffung originärer, bisher nicht bekannter Daten für einen bestimmten Zweck. Welche Hilfsmittel bedient man sich bei dieser Behebungsmethode? Nennen Sie drei. (3 Punkte)

Aufgabe 2

9 Punkte

Zu der Primärerhebung gehört die Methode der Befragung. Es gibt drei unterschiedliche Möglichkeiten eine Befragung durchzuführen. **Zählen Sie diese auf und nennen Sie je einen Vor- und einen Nachteil.**

Aufgabe 3

9 Punkte

Geben Sie bitte je **drei Beispiele** für gemein- sowie privatwirtschaftliche Betriebe im Tourismus an.

Aufgabe 4

14 Punkte

Der Deutschland-Tourismus besitzt Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken.

- a) Zeigen Sie mithilfe der SWOT-Analyse mögliche Schwächen, Stärken, Chancen und Risiken im Deutschland-Tourismus auf. Nennen Sie dabei mindestens zwei je Kategorie. (4 Punkte)
- b) Wählen Sie ein touristisches Produkt und durchlaufen Sie mit diesem die einzelnen Phasen des Produktlebenszyklus. (5 Punkte)
- c) Stellen Sie grafisch die Portfoliomatrix dar und gehen Sie dabei auf das Verhältnis zwischen Investition und Deckungsbeitrag pro Feld ein. (5 Punkte)

Teil B – Marketing-Mix

Aufgabe 5

6 Punkte

Nennen Sie die vier Marketinginstrumente und **erläutern Sie** diese kurz.

Aufgabe 6

4 Punkte

Reiseveranstalter können über ein schmales, aber tiefes Produktprogramm oder über ein breites, aber flaches Sortiment verfügen. **Ordnen Sie** den beiden unterschiedlichen Möglichkeiten **jeweils zwei** Unternehmen aus dem Veranstalterbereich zu.

Aufgabe 7

9 Punkte

In der Preispolitik unterscheidet man nach drei Arten. **Nennen Sie** diese und diskutieren Sie knapp **Vor- und Nachteile** der einzelnen Arten.

Aufgabe 8

9 Punkte

Nennen Sie je **zwei** Beispiele für indirekten und direkten Vertrieb.

Aufgabe 9

9 Punkte

Als Mitarbeiter in der Marketingabteilung sind Sie im Bereich Öffentlichkeitsarbeit tätig. Ihr Unternehmen bringt ein neues Produkt auf den Markt. Ihre Aufgabe besteht in der Vorbereitung einer Pressekonferenz.

- a) Welche Schritte sind dabei zu beachten? (4 Punkte)
- b) Schreiben Sie zusätzlich eine Pressemitteilung. (5 Punkte)

Teil C – Management der Verkehrsträger

Aufgabe 10

6 Punkte

Beim integrierten Management der Verkehrsunternehmen sind drei Ebenen zu unterscheiden. **Nennen Sie** diese und **erläutern Sie** knapp deren Funktionen.

Aufgabe 11

6 Punkte

Die Deutsche Bahn hat 2002 ihr neues Tarifsystem vorgestellt und Ende 2003 noch einmal modifiziert. Dabei hat sie ebenfalls ein neues Rabattsystem entwickelt. **Nennen Sie** vier unterschiedliche Rabatte der Bahn und geben Sie jeweils die Zielgruppe an, die mit dem jeweiligen Rabatt angesprochen werden soll.

Aufgabe 12

8 Punkte

Diskutieren Sie die Entwicklung im Luftverkehr. Gehen Sie dabei auch auf die rasche Ausbreitung der Low-Cost-Carrierer ein.

Aufgabe 13

3 Punkte

Im Flugverkehr gibt es unterschiedliche Wegarten. Es wird u. a. zwischen One-Way-Trip, Round-Trip und Circle-Trip unterschieden. **Stellen Sie** die Unterschiede **grafisch** an einem Beispiel dar.

Aufgabe 14

6 Punkte

Der Preis für eine Kreuzfahrt ist grundsätzlich ein Gesamtpreis (Endpreis) für ein touristisches Leistungsbündel.

- a) Nennen Sie drei Leistungen, die in dem Gesamtpreis inkludiert sind. (3 Punkte)
- b) Einige Leistungen müssen von den Reisenden allerdings noch zusätzlich bezahlt werden. Zählen Sie drei auf. (3 Punkte)