

# **Klausur**

## **Marketing und Marktforschung**

*SS 2006*

Prof. Spiller

24.07.2006

1. Termin

### Teil A

1. Was versteht man unter Marktsegmentierung
2. Beschreiben sie Kurz eine Kreuztabelle, wozu dient sie und erläutern Sie den Unterschied zwischen beobachteten und erwarteten Wert
3. Beschreiben sie anhand Aklof's Market for Lemons die unterschiedlichen Güter im Lebensmittelsektor.
4. Was ist ein Meinungsführer mit einem selbstgewählten Beispiel aus der Landtechnik

### Teil B

5. Erläutern Sie die Unterschiede zwischen Korrelation und Signifikanz im Rahmen einer Korrelationsanalyse.
6. Welche Methoden im Rahmen einer Stichprobenziehung gibt es und welche hat statistisch den höchsten Aussagewert?
7. Erläutern Sie den Ansatz der sozialen Milieus (Sinus-Modell). Gehen Sie dabei insbesondere auf die zwei Dimensionen ein!
8. Was versteht man unter dem Tausend-Kontakte-Preis im Rahmen der Mediaplanung?