

Name Punkte Note

Aufgabe 1			
Erklärung Begriff "Integriertes Marketing"	2		wenn an int. IK angelehnt
4 Kriterien Nennung mit Beschrieb und Begründung (je 1,5 Pkt.)	6		nur halbe Punkte
Total	8		
Aufgabe 2			
5 Probleme aufzählen und beschreiben (je 1 Pkt.)	5		
wenn ohne Beschrieb nur je 0,5 Pkt.			
Total	5		
Aufgabe 3a			
5 Stärken - Nennung mit Beschrieb (je 1 Pkt.)	5		Firmenspezifische Nennung, ohne Bezug zum Fall und dem Produkt "BodyStyle" werden nicht gewertet, z.Bsp. 90 Jahre altes Unternehmen, Spirituosensmarkt...
wenn ohne Beschrieb nur je 0,5 Pkt.			
5 Schwächen - Nennung mit Beschrieb (je 1 Pkt.)	5		
wenn ohne Beschrieb nur je 0,5 Pkt.			
5 Chancen - Nennung mit Beschrieb (je 1 Pkt.)	5		
wenn ohne Beschrieb nur je 0,5 Pkt.			
5 Gefahren - Nennung mit Beschrieb (je 1 Pkt.)	5		
wenn ohne Beschrieb nur je 0,5 Pkt.			
Total	20		
Aufgabe 3b			
Realisation der Kernzielgruppe Endverbraucher	0.5		nur kleiner eingeschränkter regionaler Kreis, da wenig Budget (100'000) vorhanden.
Soziodemografische Merkmale (mind. 4)	4		
psychologische Merkmale (mind. 1)	1		
Realisation der Kernzielgruppe Wiederverkäufer	0.5		Kommverhalten fehlt - 1 Punkt je bei beiden Gruppen
Beschrieb der Firma	1		
Vermerk zu Entscheidungsträger	1		
Soziodemografische Merkmale (mind. 1)	1		
psychologische Merkmale (mind. 3)	3		
Total	12		
Aufgabe 3c			
3 qualitative Marketingziele (je 1 Pkt.)	3		wenn beide Zielgruppen erwähnt gibt's keine Punkte, klar nur eine ZG
wenn nicht komplett richtig operationalisiert nur je 0,5 Pkt.			
3 quantitative Marketingziele (je 1 Pkt.)	3		
wenn nicht komplett richtig operationalisiert nur je 0,5 Pkt.			
Total	6		
Aufgabe 3d			
Erstellen einer SWOT Matrix	2		
Bezug zu Stärken/Schwächen und Chancen/Gefahren aus Aufgabe 3a	2		
Formulieren von 2 Strategieansätzen für Endverbraucher (je 1,5 Pkt.)	3		
wenn Begründung/Formulierung nicht nachvollziehbar nur je 1 Pkt.			
Formulieren von 2 Strategieansätzen für Wiederverkäufer (je 1,5 Pkt.)	3		
wenn Begründung/Formulierung nicht nachvollziehbar nur je 1 Pkt.			
Total	10		
Aufgabe 4			
Aufzählung der Wettbewerbsstrategien nach Kühn	1.5		
Wahl der Marketingstrategie (inkl. Substrategie)	1.5		
klare, nachvollziehbare Begründung zur Wahl	4		
Total	7		
Aufgabe 5			
Auflistung von 6 Kommunikations-Instrumenten (je 1 Pkt.)	6		wenn Massnahmen, statt klass. Instrumente aus dem 3. P, keine Punkte
Massnahmenbeschrieb pro Instrument (je 1 Pkt.)	6		
Berücksichtigung der Zielgruppen	2		
wenn Fallbezug fehlt od. Umsetzbarkeit nicht gewährleistet ist: -3 Pkt.			
Total	14		
Aufgabe 6			
Raster übernommen	1		
Instrumente resp. Massnahmen aus Aufgabe 5 berücksichtigt	1		
sinnvolles Timetable	3		
sinnvoller Budgetsplit	3		
wenn Push/Pull nicht erwähnt: -1,5 Pkt.			
wenn Total bei Auflistung der Kosten: -1 Pkt.			
wenn Verantwortlichkeit nicht berücksichtigt: -1 Pkt.			
Total	8		

Aufgabe 7			
Strukturiertes Vorgehen	1		es geht nur einen neuen Kanal!
wenn Fliesstext: -3 Pkt.			
Chronologie in den Ausführungen	1		
Aufzählung von 8 sinnvollen Schritten (der Weg zum Ziel)	4		
Total	6		
Aufgabe 8			
Nachvollziehbare Skizze oder verständlich erklärt	2		
Beschrieb (Legende) wenn Skizze gemacht	1		
Berücksichtigung der 4 m ²	1		
wenn Machbarkeit nicht gewährleistet: -3 Pkt.			
Total	4		
Total	100		

NOTENRASTER

Punkte	Note	Punkte	Note
0 bis 8 Punkte	1	55 bis 64 Punkte	4
9 bis 17 Punkte	1.5	65 bis 73 Punkte	4.5
18 bis 26 Punkte	2	74 bis 82 Punkte	5
27 bis 35 Punkte	2.5	83 bis 91 Punkte	5.5
36 bis 44 Punkte	3	92 bis 100 Punkte	6
45 bis 54 Punkte	3.5		