



Institut für Wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Weiterbildung GmbH  
Institut an der FernUniversität in Hagen

---

IWW-Studienprogramm

Vertiefungsstudium

**Modul III: „Strategische Marketingplanung“**

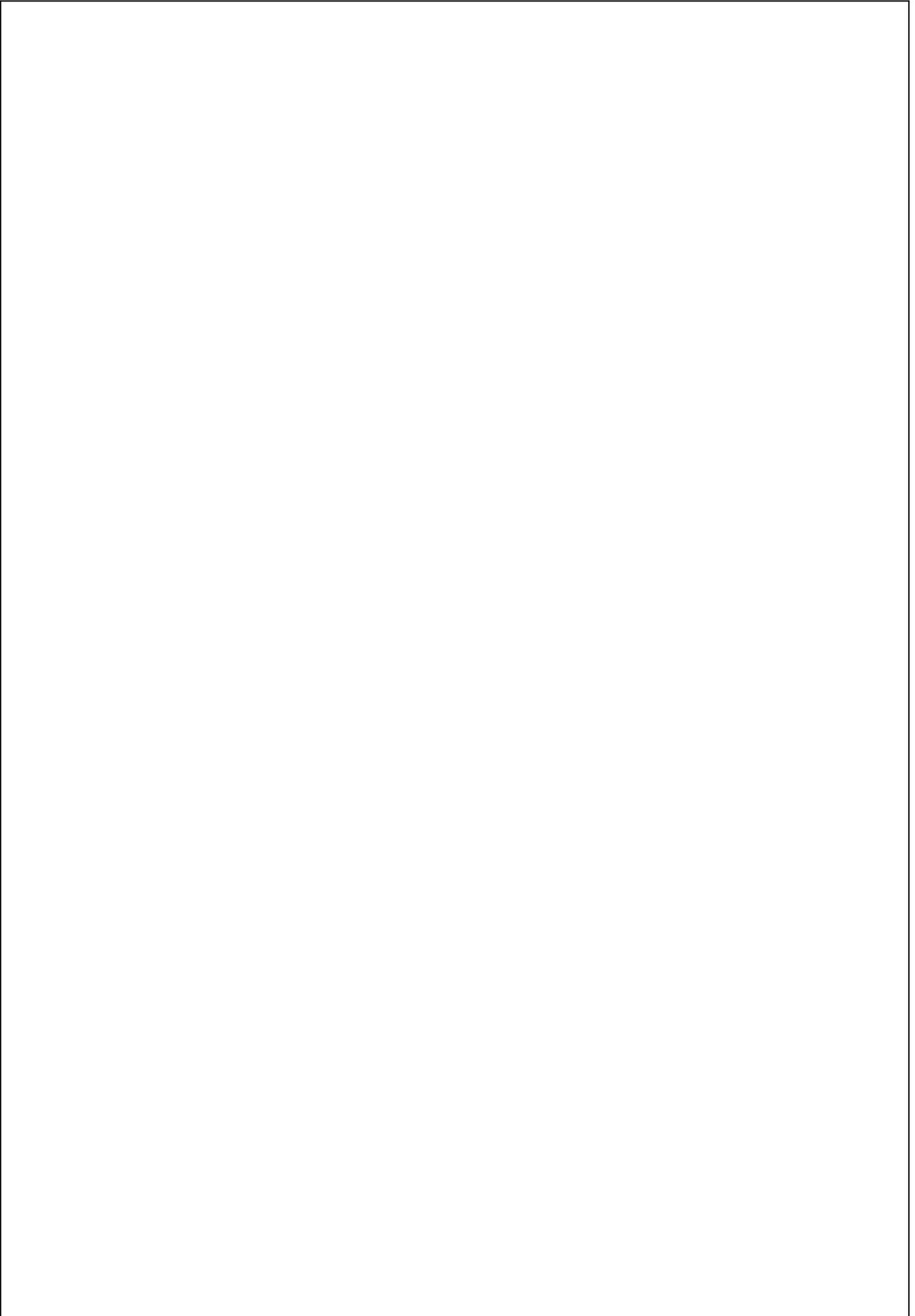
### **3. Musterklausur**

Zu Übungszwecken können Sie die Klausur auf Ihrem Rechner abspeichern, mit einem PDF-Reader öffnen und Ihre Lösungen in die vorgesehenen Antwortfelder eintragen.

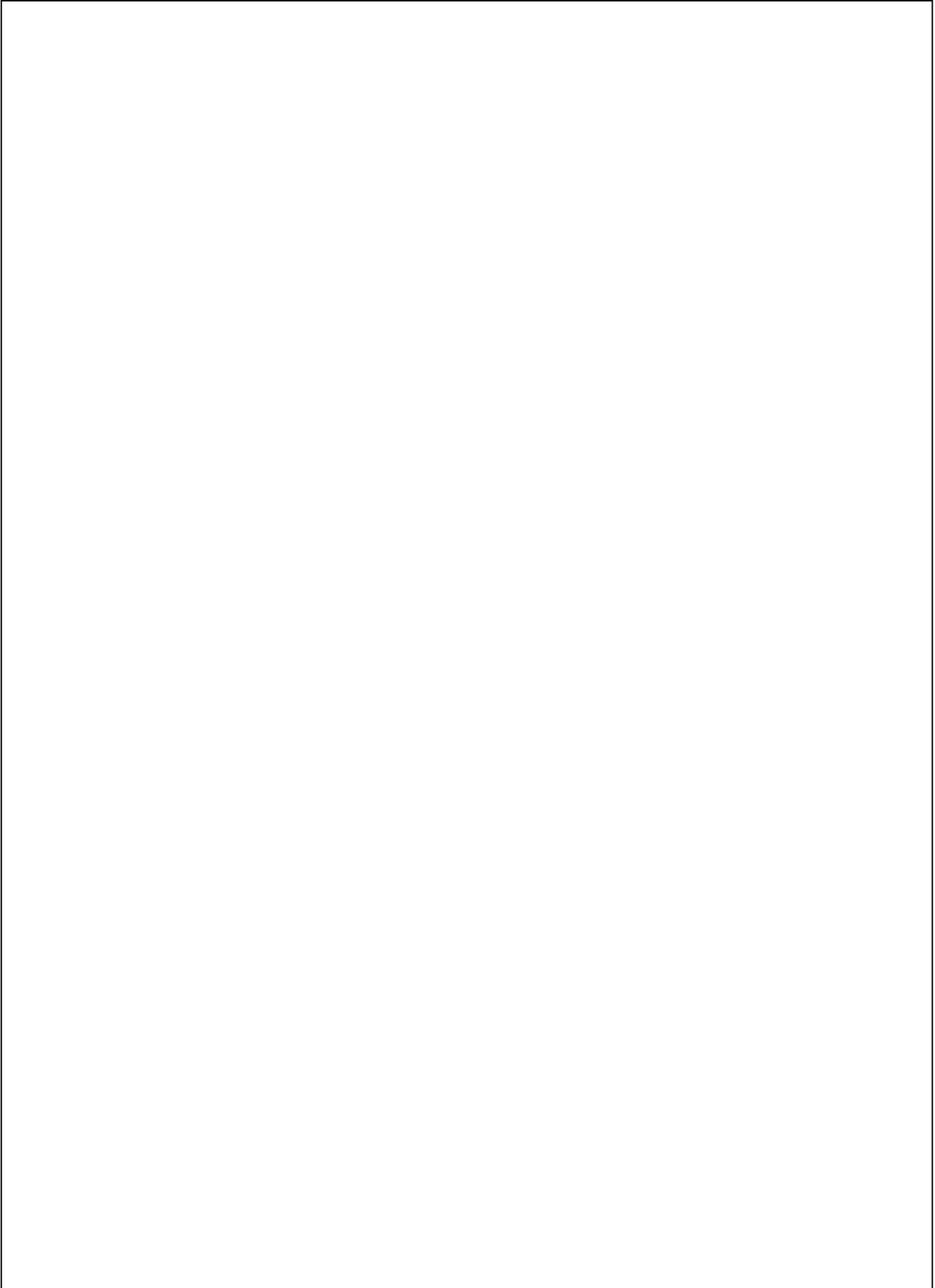
Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung und des Nachdruckes, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des IWW – Institut für Wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Weiterbildung GmbH reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Dies gilt auch für jede Form der Kommunikation zwischen den Studierenden des IWW.

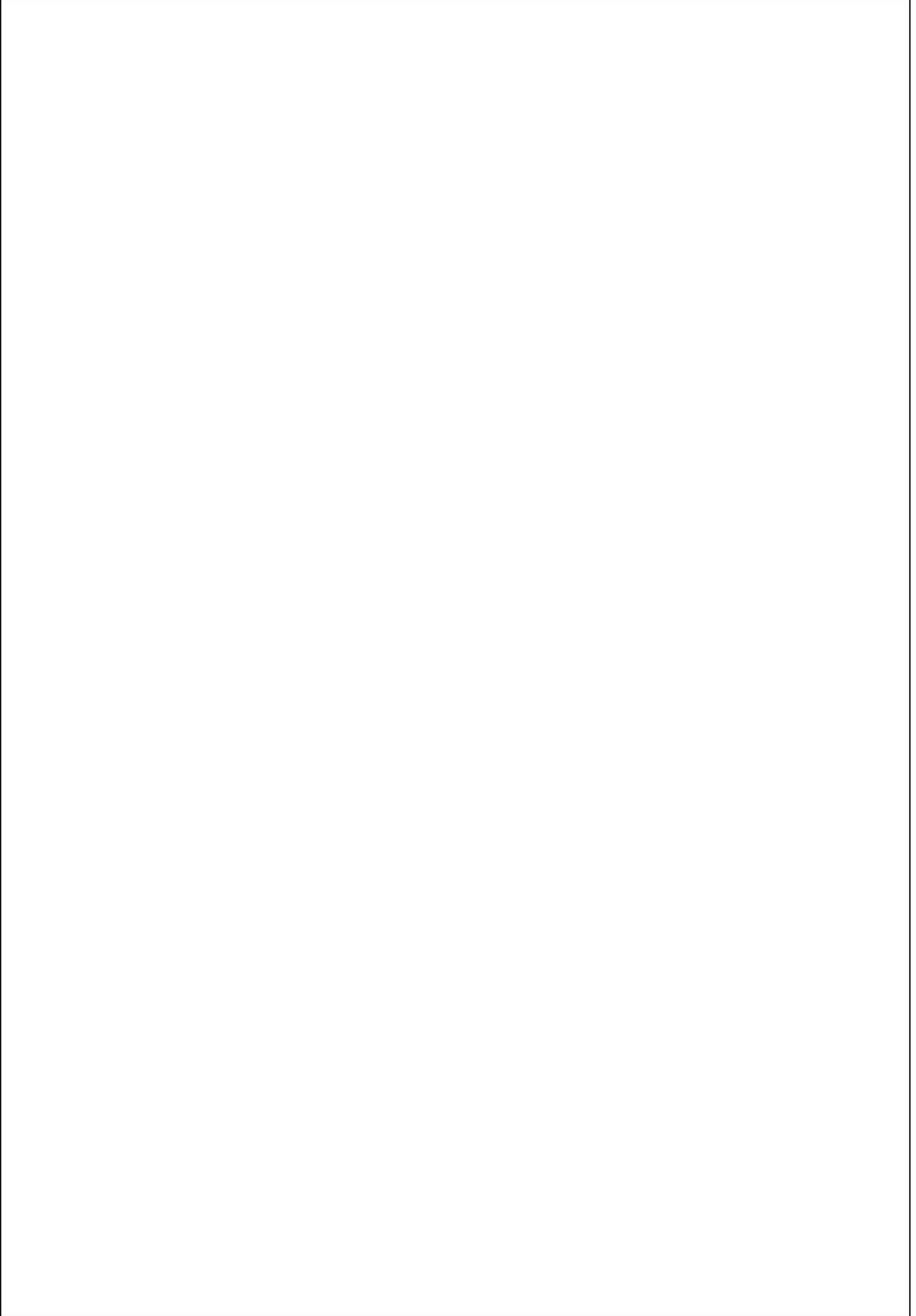
**Aufgabe 1:****60 Punkte**

- a) Beschreiben Sie ausführlich, was unter Marktsegmentierung zu verstehen ist! Erläutern Sie auch die besonderen Probleme der Marktsegmentierung! (30 Punkte)



**b) Erläutern Sie fünf konkrete Kriterien für die Marktsegmentierung im Konsumgüterbereich! (20 Punkte)**

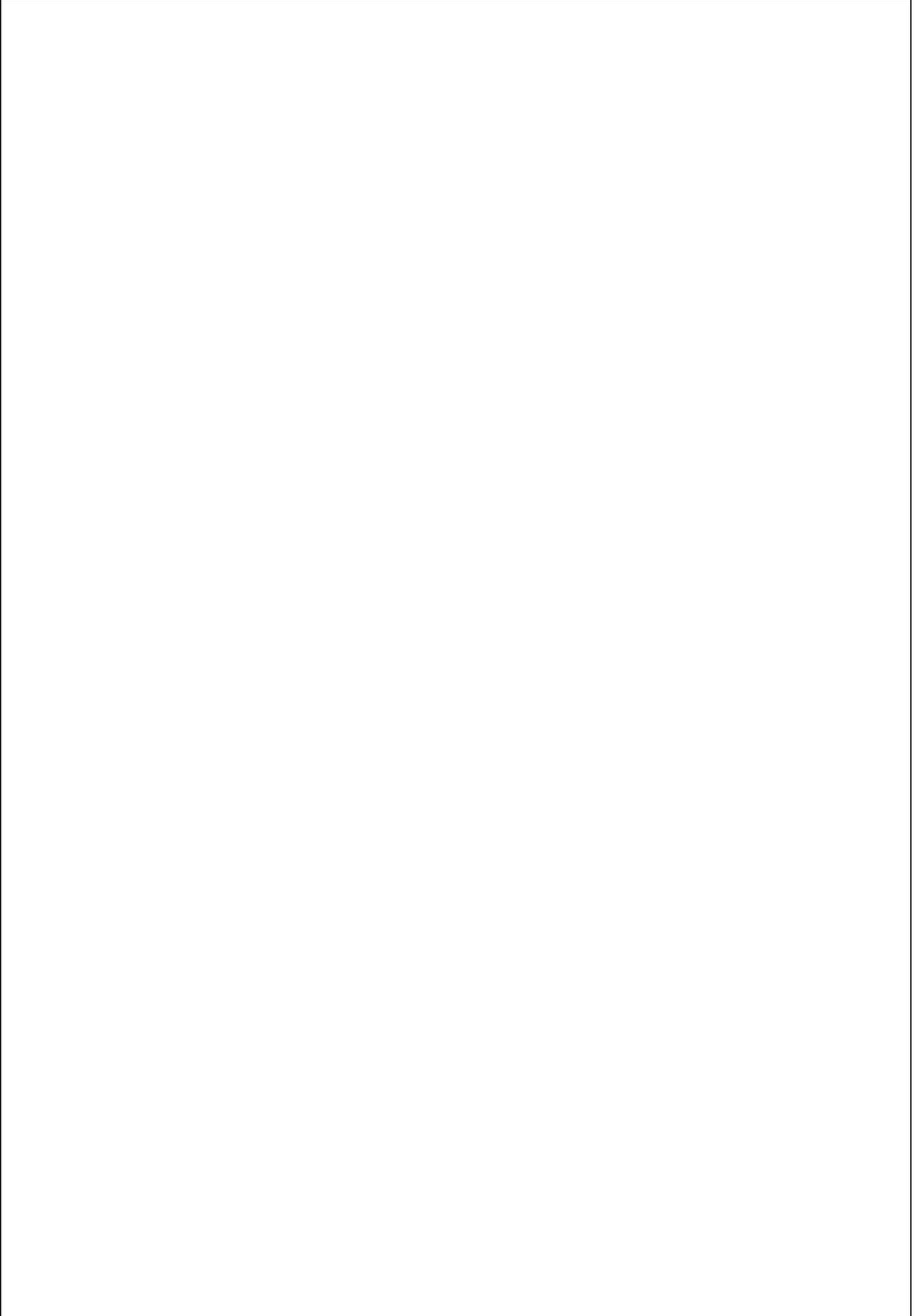
A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the student to write their answer to the question.



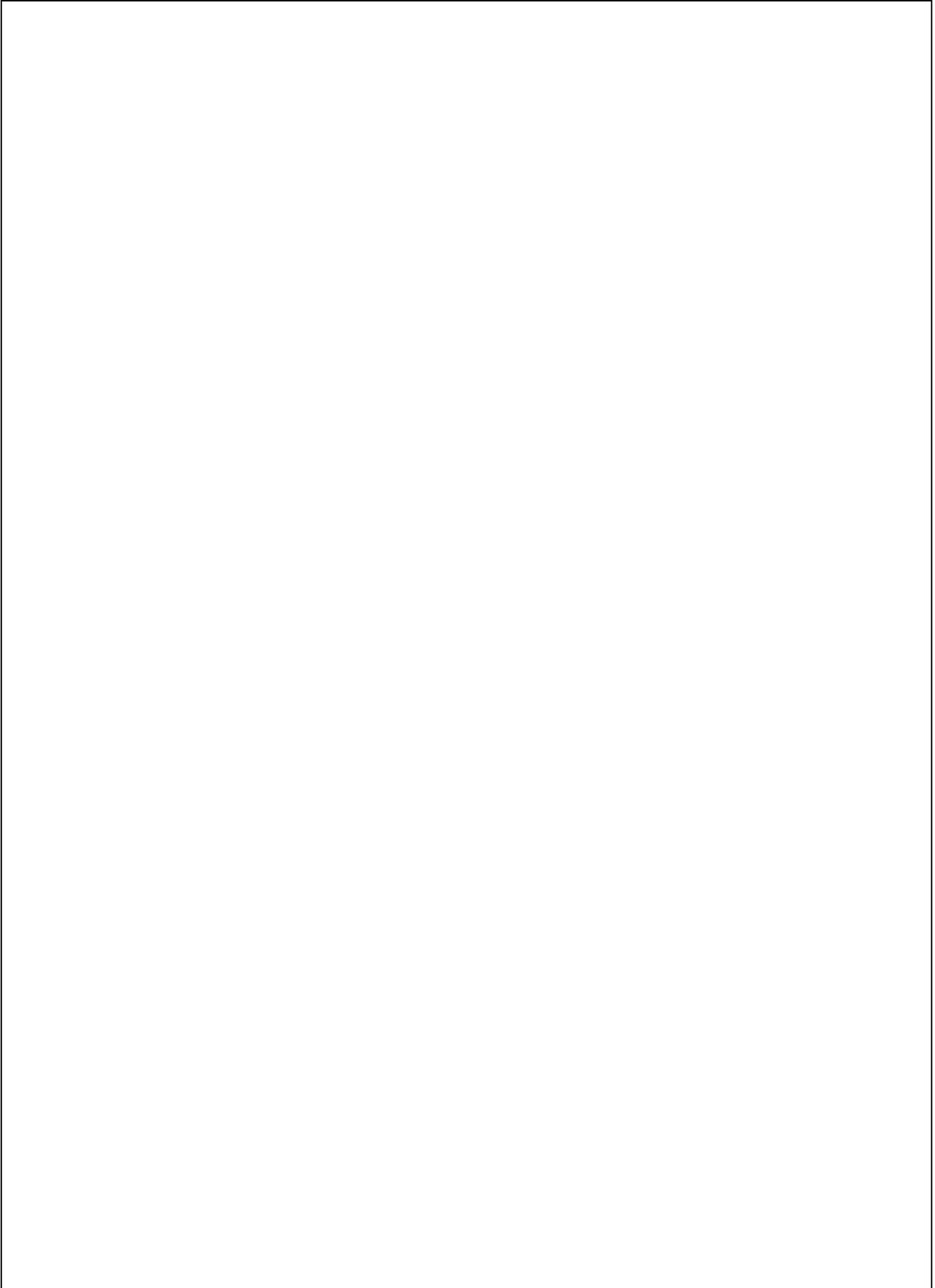
- c) An der Marktsegmentierung ist kritisiert worden, dass die gebildeten Segmente oft nicht hinreichend stabil sind. Erläutern Sie dieses Problem anhand eines selbst gewählten Beispiels! (10 Punkte)**

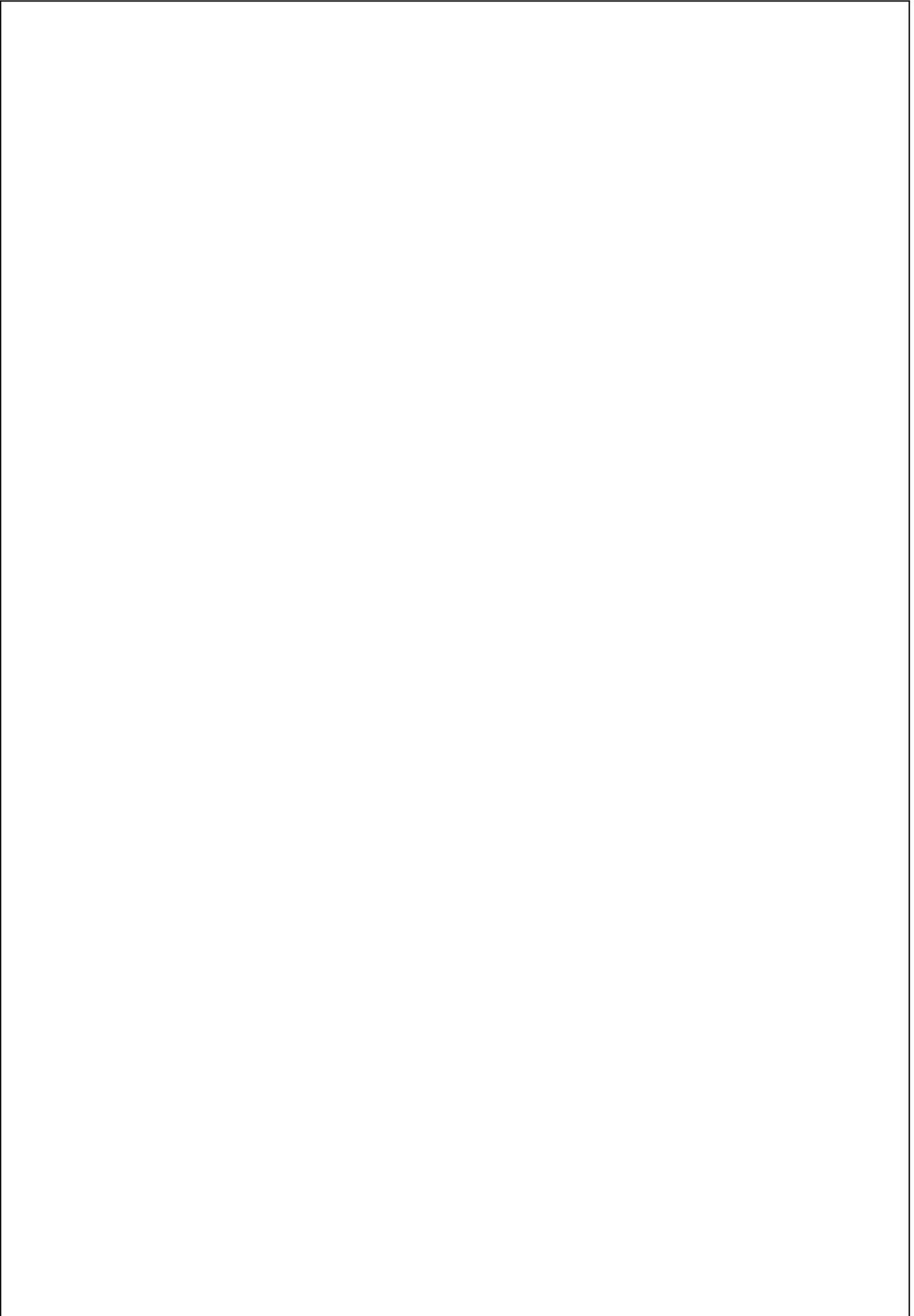
**Aufgabe 2:****60 Punkte**

- a) Erläutern Sie ausführlich die PIMS-Studie! Gehen Sie hierbei insbesondere auf die methodische Vorgehensweise und auf die Ergebnisse der PIMS-Studie ein! (30 Punkte)

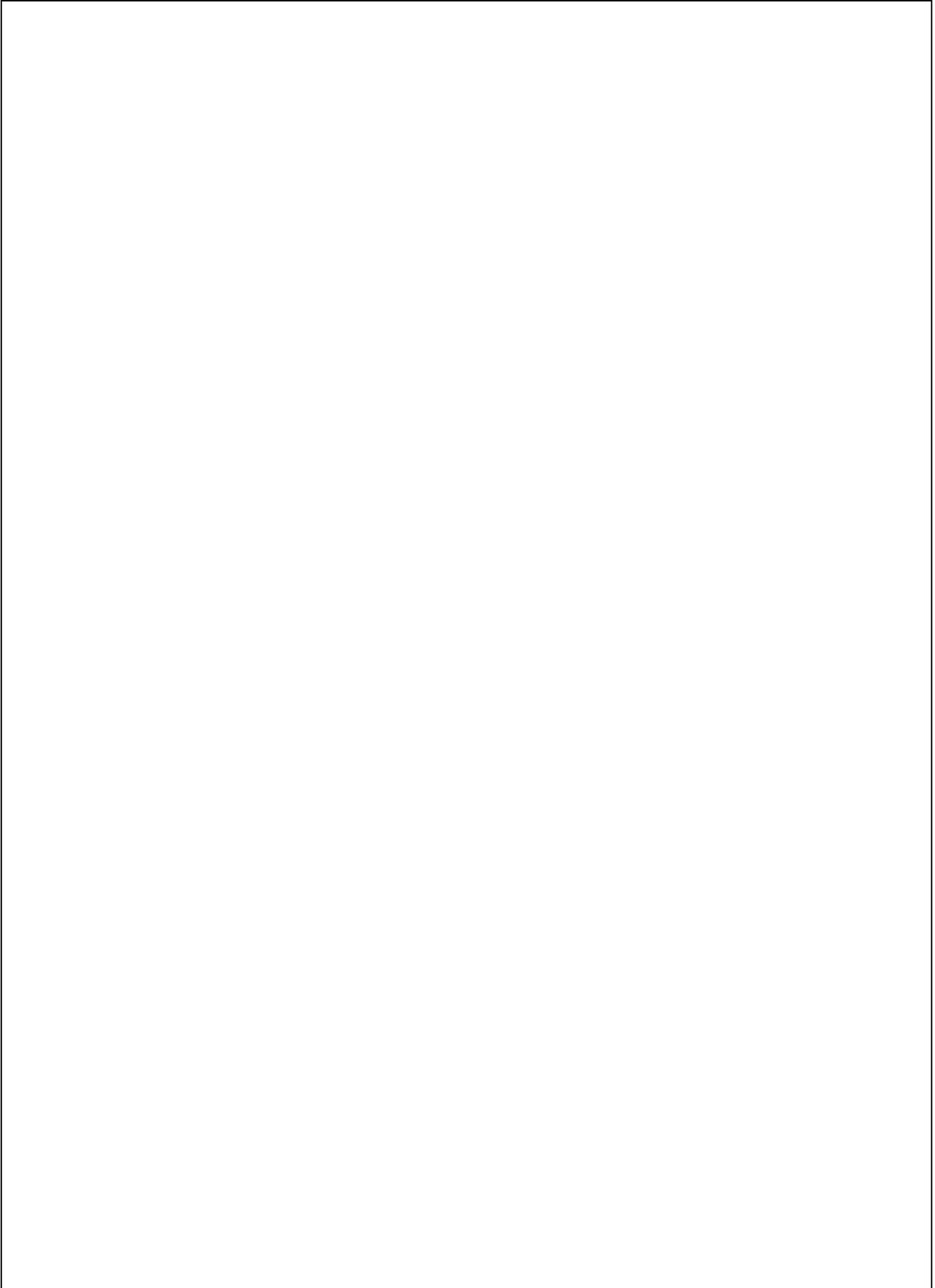


**b) Welche Vor- und Nachteile können sich aus der Vorgehensweise der PIMS-Studie für Unternehmen ergeben, die die Ergebnisse nutzen wollen? (20 Punkte)**

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the student to write their answer to the question above.



**c) Inwiefern spiegeln sich die Ergebnisse der PIMS-Studie in der Portfolio-Analyse wider? (10 Punkte)**

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the student to write their answer to the question.

---

Bei Bedarf können Sie hier zusätzliche Lösungshinweise eintragen. Geben Sie dabei jeweils genau an, auf welchen Aufgabenteil Sie sich beziehen.

**ENDE**