



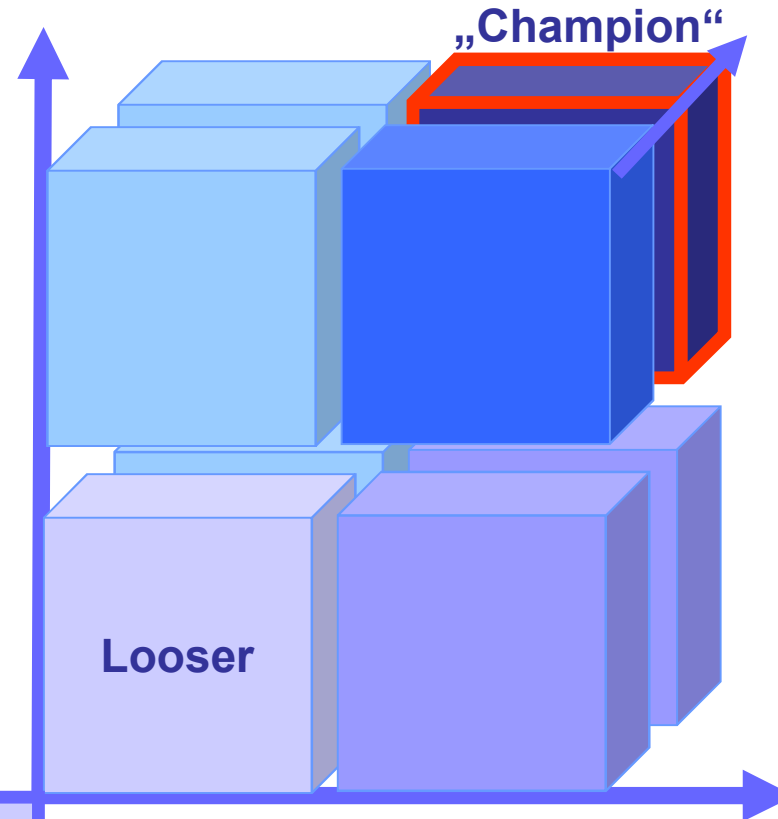
Anmerkungen zur
Klausurvorbereitung



Fachwissen, Denkvermögen und Stressresistenz sind die Erfolgsfaktoren in der schriftlichen Prüfung

Fachwissen

- Stoffaufbereitung
 - Stofflandkarte
 - Skript
 - Vorlesung
 - Literatur
 - Fernsehen etc.
 - Praktikum
- Lerntechnik
 - Lernen gelernt?
 - Lerntyp erkannt?
- Fleiß/Zeiteinsatz
 - Kein 3-Tage-Lernen
 - Kontinuität
 - Konzentration



Stressresistenz

- Kurzzeitbelastung mit Langzeitvorbereitung
- Physische Fitness
 - Schlaf
 - Essen + Trinken
- Psychische Fitness
 - Innere Ruhe/Konzentration
 - Gesunde Nervosität
- Zeitmanagement
 - Beim Lernen
 - In der Klausur
- Zugriff auf Lernstoff
 - Schneller Wechsel
 - Sichere Strukturen
- Beachten der Formalien
 - Aufgaben gründlich lesen
 - Kein Schlagwort-Bashing
 - Notizzettel mit abgeben

Aufgabentypen

1. Wissen
2. Denken
3. Kombination

Denkvermögen

- Strukturierung
 - des Stoffes
 - der Klausur, der einzelnen Aufgabe
- Anwendung/Umsetzung
- Transfer/Übersetzung

Hinweise zur Klausur:

- Bitte prüfen Sie zunächst die Vollständigkeit der Aufgabenblätter.
- Benutzen Sie bitte nur das ausgegebene Papier (falls es nicht reicht, Handzeichen)
- Lassen Sie auf jedem Blatt mindestens 5 cm Rand zur Korrektur.
- Beschriften Sie jetzt dieses Blatt mit Namen und Matrikelnummer
- Beschriften Sie jeden Antwortbogen auf der Vorderseite mit der Matrikelnummer und auf Vorder- und Rückseite mit durchlaufenden Seitenzahlen. Nicht zuordenbare Blätter sind wie nicht vorhandene.
- Beschriften Sie die Blätter, sobald Sie diese benutzen und nicht erst am Schluss der Klausurzeit.
- Beachten Sie bei Ihrem Arbeitseinsatz für jede Aufgabe die angegebene Höchstpunktzahl.
- Achten Sie besonders auf etwaige Bearbeitungshinweise.
- Grundsätzlich müssen nichtmathematische Antworten in ganzen Sätzen gegeben werden. Reine Stichwortsammlungen führen zu Punktabzug
- Schreiben Sie leserlich, nicht Lesbares gilt wie nicht Geschriebenes.
- Geben Sie alle Antwortbögen, die Aufgabenblätter und etwaige Stoffsammlungen, Notizen am Ende der Klausurbearbeitungszeit unbedingt mit ab.

Ich wünsche Ihnen einen klaren Kopf, eine ruhige Hand und gutes Gelingen ☺

Punkte der einzelnen Aufgaben

Name: _____
 Vorname: _____
 Matrikelnummer: _____

Aufgabe	1	2	3a	3b	4a	4b	5a	5b	5c	6a	6b	Gesamt	Note
Max- Pkte	10	10	10	10	5	10	5	10	10	10	15	105	
Ist-Pkte													



Punktzahl und Wortwahl liefern Anhaltspunkte für die Erwartungen an Antworttiefe und -umfang

Punktzahl **„Je Punkt eine Minute“**

- Die Klausur dauert 90 Min.
- Die zu bearbeitenden Aufgaben haben 90 Punkte.
- 15 Punkte sind Überhang, so dass insges. 105 Punkte im Angebot sind.
- Vorteil :
Man darf irgendwo eine Lücke von 15 Punkten haben und bekommt dennoch eine 1,0
- Nachteil:
Man hat das Gefühl, nicht fertig geworden zu sein

+

Wortwahl: **„Nennen heißt nicht Diskutieren“**

- Nennen Sie
- Ermitteln/berechnen/ bestimmen Sie
- Erläutern Sie
- Erklären Sie
- Begründen Sie
- Grenzen Sie ab
- Interpretieren/ deuten Sie
- Kennzeichnen Sie
- Leiten sie her
- Vergleichen Sie
- Verdeutlichen Sie
- Unterscheiden Sie
- Unterteilen Sie
- Umreißen Sie
- Nehmen Sie kritisch Stellung
- Zeigen/beweisen/ belegen Sie
- Modifizieren Sie
- Konstruieren Sie
- Erörtern Sie
- Bewerten Sie
- Systematisieren Sie
- Beschreiben Sie
- Prüfen Sie
- Überlegen Sie
- Stellen Sie heraus
- Skizzieren Sie
- Stellen Sie dar

Wissensaufgabe:

- **Global + Simpel:**
„Nennen sie vier verschiedene Arten von Serviceleistungen“
- **Mittel:**
„Beschreiben sie vier verschiedene Arten von Serviceleistungen“
- **Detail+ Komplex:**
„Charakterisieren sie den Begriff von „Value Added Services“ im Rahmen von Serviceleistungen, strukturieren sie verschiedene Ausprägungen und versehen sie jede mit einem Beispiel“

Kombinationsaufgabe:

Zeigen Sie kurz den Unterschied zwischen technischem und kaufmännischem Kundendienst und skizzieren sie für einen Automobilhändler ein phasenbezogenes Kundendienstprogramm

Denkaufgabe mit Wissensvoraussetzung

- Diskutieren sie die Geeignetheit verschiedener Arten von Serviceleistungen für einen Investitionsgüterhersteller anhand eines selbst gewählten Beispiels

10 vermeidbare „Ungereimtheiten“ in Klausuren

1. Schlagwort-Bashing; führt zu Punktabzug
2. Falscher Proporz: Statt „nennen“ werden 4 Seiten geschrieben, eine hoch bewertete Aufgabe wird nur in 3 kurzen Sätzen abgehandelt
3. Es wird nur der erste Teil der Aufgabe gelesen, der letzte Teil wird nicht bearbeitet, vielleicht, weil man schon die nächste Aufgabe im Kopf hat
4. Die Antworten beginnen nicht beim gefragten Thema, sondern bei einer ausschweifenden Einrahmung, das kostet Zeit
5. In den Antworten verliert sich der Bezug zur Themenstellung, die innere Aufgabenstruktur wird nicht als Rahmenvorgabe benutzt, unstrukturierte Antworten, langatmige Füllwörter. (. . . „Weiterhin möchte ich noch hinzufügen“)
6. Aus „Wissensnot“? werden gleiche Sachverhalte nochmals in anderen Worten beschrieben, in der Hoffnung auf Zusatzpunkte
7. Obwohl in Zeitnot, schreiben viele einen Roman auf der letzten Seite, warum sie nicht in der Vorlesung waren, oder weshalb ihre Schrift so schlecht ist
8. Es wird kein Rand gelassen, keine Seitenzahlen oder Aufgaben-Nummerierung gegeben
9. Das Zeitbudget für jede Aufgabe wird falsch eingeteilt, nach der Hälfte der Zeit immer noch am Anfang der Aufgaben, ohne Uhr zur Klausur
10. Beispiele gleiten ins triviale „Einkaufserlebnis von vorgestern“ ab

Erläutern sie je 4 Situationsmerkmale,
bei denen sich direkter bzw. indirekter Vertrieb besonders empfiehlt

Bei der Wahl des Absatzkanals gibt es begrenzte Alternativen, gegeben durch die Art des Produktes. Verteilung der Konsumenten, Größe und Finanzkraft des eigenen Unternehmens, Zahl Größe und Stärke der Konkurrenz, rechtliche Bestimmungen. **(Bestimmungsfaktoren für die Wahl des Absatzkanals)** Möglicher Absatz kann über den direkten oder indirekten Vertrieb getätigt werden. Der direkte Absatz ist kostenintensiver **(Ist ein Vorteil, aber noch kein Anwendungsmerkmal)** als der indirekte Absatz, aber z.B. sind die eigenen Außendienstmitarbeiter sehr gut kontrollierbar **(Vorteil)**. Aber die Aufbauphase ist lang. **(Nachteil)** Direkter Vertrieb kann z.B. über unternehmenszugehörige Außendienstmitarbeiter betrieben werden (.z.B. Haus zu Hausgeschäft) **(Art, Begriff = 1. Punkt mit Wohlwollen)**. Der indirekte Vertrieb ist kostengünstiger. **(Vorteil)** Indirekter Vertrieb kann über den Handel betrieben werden **(Art, Begriff = 2. Punkt mit Wohlwollen)**. So beliefert das herstellende Unternehmen den Handel mit neuen Produkten **(Charakterisierung)** Hier wirkt der Nachteil, dass die Kontrolle des Verkaufs gering ist. **(Nachteil)** Aber die Aufbauphase ist dafür kurz. **(Vorteil)** Ich denke, bei Produkten, von denen der Verbraucher Ubiquität erwartet, ist der indirekte Vertrieb über den Handel besser geeignet. **(Situationsmerkmal = 3. Punkt)** z.B. Handtücher, Lebensmittel, auch Fernseher. Für Außendienstmitarbeiter ist es schwierig, die unterschiedlichen Modelle jedes mal beim Kunden aufzubauen und anzuschließen. **(Erörterung Direktvertrieb am Produktbeispiel)** Für Staubsauger ist der direkte Verkauf über den eigenen Außendienst geeignet. Besonders, wenn der Hersteller ein Produkt anbietet, das in höheren Preissegmenten angesiedelt ist. Der Außendienstmitarbeiter kann beim Kunden direkt vorführen und positive Eigenschaften des Produktes hervorheben. Auch geeignet ist der direkte Vertrieb bei Dienstleistungen wie Versicherungen. Für den Hersteller ist es zwar aufwendig und kostenintensiv **(Nachteil und Wiederholung)**, seine Mitarbeiter entsprechend zu schulen, aber es wird beim direkten Vertrieb sichergestellt, dass nur im Sinne des Herstellers verkauft wird. Wohingegen beim Indirekten Vertrieb über den Handel das eigene Produkt nur eines von vielen ist. **(Nachteil)**

Eine Frage, eine effiziente Antwort in ganzen Sätzen (8 Punkte, Effizienzmultiplikator 15)

Erläutern sie je 4 Situationsmerkmale,
bei denen sich direkter bzw. indirekter Vertrieb besonders empfiehlt

Direkter Vertrieb bietet sich an, wenn die Abnehmer regional konzentriert (**1. Punkt**) oder nur sehr wenige sind (**2. Punkt**) oder wenn die Produkte sehr erklärungsbedürftig (**3. Punkt**) sind oder konstant nachgefragt werden (**4. Punkt**).

Indirekter Vertrieb ist vorzuziehen, sobald Ubiquität des Produktes erreicht werden soll (**5. Punkt**), die Endverbraucher weit verstreut sind (**6. Punkt**), Hersteller selbst kein effizientes Marketing betreiben können (**7. Punkt**) oder eine Reduzierung der Transaktionskosten angestrebt werden soll (**8. Punkt**)

Nicht einmal Schlagworte, sondern ganze Sätze, ergo auch kein Punktabzug

1. Antwort: 315 Worte für 3 Punkt = 105 Worte je Punkt
2. Antwort: 58 Worte für 8 Punkte = 7 Worte je Punkt

▶ Die 2. Antwort ist 15 mal effizienter !!!! ($7 * 15 = 315$)

Aufgabe 4: Absatzwege

- a) Erläutern sie je 4 Situationsmerkmale,
bei denen sich direkter bzw. indirekter Vertrieb besonders empfiehlt

Direkter Absatz:

- Begriff
- Situationsmerkmal 1
- Situationsmerkmal 2
- Situationsmerkmal 3
- Situationsmerkmal 4

Max 5 Punkte

Indirekter Absatz:

- Begriff
- Situationsmerkmal 1
- Situationsmerkmal 2
- Situationsmerkmal 3
- Situationsmerkmal 4

Max 5 Punkte

Max 8 Punkte

Ab 4 Punkten ein Punkt Abzug für Schlagwortbashing,
aber bei mehr Schlagworten als 4 werden diese mit gezählt