

Testfragen „Einführung in die Grundlagen der BWL“
für die Studierenden der „Digitalen Medien“
Stand 2002-06-25

Endversion

1.
Ordnen Sie die Betriebswirtschaftslehre in das System der Wissenschaften ein.
2.
Grenzen Sie die Begriffe „Ökonomie“, „Betriebswirtschaftslehre“ und „Marketing“ gegeneinander ab.
3.
Erläutern Sie das „ökonomische Prinzip“
4.
Erläutern Sie das „Homo oeconomicus Modell“ und nehmen Sie kritisch dazu Stellung.
5.
Erklären Sie den Begriff „verhaltensorientierte Betriebswirtschaftslehre“.
6.
Erläutern Sie den Begriff „grundstrukturpolitische Entscheidung“
7.
Erläutern Sie den Begriff „faktorkombinationspolitische Entscheidung“
8.
Erläutern Sie den Begriff „marktpolitische Entscheidung“
9.
Erläutern Sie den Begriff „Management“
10.
Grenzen Sie die Begriffe „Grundstrukturpolitik“ und „Folgestrukturpolitik“ gegeneinander ab.
11.
Stellen Sie das „Seibitmodell“ graphisch dar.
12.
Nennen Sie zwei Beispiele für Firmen „mit eigener Rechtspersönlichkeit“
13.
Nennen Sie zwei Beispiele für Firmen „ohne eigene Rechtspersönlichkeit“
14.
Definieren Sie den Begriff „Einzelunternehmung“
15.
Erläutern Sie die Begriffe „Kommanditist“ und „Komplementär“

16.

Erläutern Sie in Stichworten die Aufgaben von Vorstand und Aufsichtsrat einer AG.

16.b

Nennen Sie die Organe einer Aktiengesellschaft.

16.c

Welche Aufgaben hat die Hauptversammlung einer AG?

17.

Grenzen Sie die Begriffe „Geschäftsführungsbefugnis“ und „Vertretungsbefugnis“ am Beispiel eines GmbH-Geschäftsführers.

18.

Nennen Sie die wichtigsten Auswahlkriterien bei der Standortentscheidung.

19.

Nennen Sie die betrieblichen Einsatzfaktoren im Rahmen der Faktorkombinationspolitik

20.

Stellen Sie die „Produktionsfunktion vom Typ A“ graphisch dar und erläutern Sie in Stichworten die einzelnen Phasen dieser Produktionsfunktion.

20. b

Stellen Sie die „neoklassische Produktionsfunktion“ graphisch dar.

21.

Erläutern Sie den Begriff „Grenzkosten“.

22.

Erläutern Sie den Unterschied zwischen „Grenzkosten“ und „Durchschnittskosten“.

23.

Erläutern Sie den Begriff „Ertragsgebirge“ mit Hilfe einer Graphik

24.

Stellen Sie mit Hilfe der Isoquanten und einer Budgetgeraden die optimale Kombination zweier Faktoren graphisch dar.

25.

Erläutern Sie mit Hilfe einer Graphik die Effekte die entstehen, wenn bei einer Produktionsfunktion mit zwei Einsatzfaktoren die Kosten für den einen Faktor steigen und für den zweiten Faktor gleich bleiben.

26.

Erläutern Sie mit Hilfe einer Graphik die Substitution von Produktionsfaktoren.

27.

Erläutern Sie mit Hilfe eines selbstgewählten Beispiels die „Faktorsubstitution“

28.
Stellen Sie eine aus der Produktionsfunktion vom Typ A abgeleitete Kostenfunktion graphisch dar.
29.
Erläutern Sie den Unterschied zwischen „limitationalen Produktionsfaktoren“ und „substitutionalen Produktionsfaktoren.“
30.
Erläutern Sie den Begriff „Substitutionsbereich“ mit Hilfe einer Graphik.
31.
Erläutern Sie den Begriff „alternative Substitution“ mit Hilfe eines Beispiels.
32.
Erläutern Sie den Begriff „periphere Substitution“ mit Hilfe eines Beispiels.
33.
Erläutern Sie den Begriff „Verfahrenssubstitution“ mit Hilfe eines Beispiels.
34.
Erläutern Sie den Unterschied zwischen Außenfinanzierung und Innenfinanzierung.
35.
Erläutern Sie den Unterschied zwischen Eigenfinanzierung und Fremdfinanzierung.
36.
Was versteht man unter dem Begriff „finanzielles Gleichgewicht“?
37.
Aus welchen Bestandsgrößen setzt sich die „Liquidität“ eines Unternehmens zusammen.
38.
Erläutern Sie den Unterschied zwischen den Begriffen „Aufwand“ und „Auszahlung“
39.
Nennen Sie die wichtigsten Steuerarten und nennen Sie die dazugehörigen „Steuersubjekte“ und „Steuerobjekte“.
40.
Erläutern Sie an einem selbstgewählten Beispiel wie sich die abzuführende Mehrwertsteuer im Unternehmen errechnet.
41.
Erläutern Sie, wie sich aus der Bilanz die Mittelherkunft und die Mittelverwendung ableiten lässt.
42.
Erläutern Sie in Stichworten die Bedeutung der „Buchführung“ im Unternehmen.

43.
Aus welchen Teilen besteht der handelsrechtliche Jahresabschluss?
44.
Schildern Sie den Aufbau einer Bilanz.
45.
Definieren Sie den Begriff „Marketing“ mit Hilfe einer Standard-Definition.
46.
Definieren Sie den Begriff „Marketing“ mit Ihren eigenen Worten.
47.
Nennen Sie die drei Aspekte des Marketing.
48.
Nennen Sie den Grundsatz der Marketing-Philosophie.
49.
Erläutern Sie den Grundsatz der Marketing-Philosophie.
50.
Definieren Sie den Begriff „Sozio-Marketing“ und erklären Sie ihn mit Hilfe eines Beispiels.
51.
Definieren Sie den Begriff „Symbol-Marketing“ und erklären Sie ihn mit Hilfe eines Beispiels.
52.
Definieren Sie den Begriff „Counter-Marketing“ und erklären Sie ihn mit Hilfe eines Beispiels.
53.
Nennen und beschreiben Sie die wichtigsten Laborverfahren in der Marketing-Forschung.
54.
Beschreiben Sie die Methode des Eye-Tracking
55.
Beschreiben Sie die Methode der Pupillometrie
56.
Beschreiben Sie die Methode der Hautwiderstandsmessung.
57.
Beschreiben Sie die Methode des Polygraphen.
58.
Erläutern Sie die Aufgabe von Produkttests in der Marktforschung

59.

Erläutern Sie in Stichworten das Verfahren des „Testmarktes“.

60.

Stellen Sie ein einfaches Reiz-Reaktionsmodell graphisch dar.

61.

Erläutern Sie die Begriffe „Motiv“ und „Motivation“.

62.

Stellen Sie die Motivpyramide nach Maslov graphisch dar und erläutern Sie dieses Modell.

63.

Stellen Sie die Preisabsatzfunktion für ein „Luxusgut“ graphisch dar und erläutern Sie diese Graphik.

64.

Stellen Sie die Preisabsatzfunktion für ein „Gebrauchsgut des täglichen Bedarfs“ graphisch dar und erläutern Sie diese Graphik.

65.

Stellen Sie die Preisabsatzfunktion für ein „leicht substituierbares Gut des täglichen Bedarfs“ graphisch dar und erläutern Sie diese Graphik.

66.

Stellen Sie die Preisabsatzfunktion für ein „Verbrauchsgut mit Snobeffekt“ graphisch dar und erläutern Sie diese Graphik.

67.

Stellen Sie den „Vebleneffekt“ graphisch dar und erläutern Sie diese Graphik.

68.

Stellen Sie ein Marktwirkungsmodell mit „Präferenzbereich“ graphisch dar und erläutern Sie diese Graphik.

69.

Stellen Sie den Zusammenhang zwischen Werbeintensität und Absatz als Marktwirkungsfunktion dar.

70.

Stellen Sie ein idealtypisches Diffusionsmodell graphisch dar und erläutern Sie diese Graphik.

71.

Stellen Sie den Diffusionsprozess aus individualpsychologischer Sicht dar.

72.

Stellen Sie die Phasen des „Produktlebenszyklus“ graphisch dar und erläutern Sie diese Graphik.

73.

Nennen Sie die Phasen des „Produktlebenszyklus“ und ordnen Sie den einzelnen Phasen den typischen Konsumenten dieser Phasen zu. Erläutern Sie die Eigenschaften dieser Konsumententypen.

74.

Beschreiben Sie Käufertyp und Marketing-Mix für die einzelnen Phasen des Produktlebenszyklus.

75.

Erläutern Sie die Begriffe „Revival“ und „Relaunch“ eines Produktes.

76.

Wie lauten die Kategorien der absatzpolitischen Instrumente nach Nieschlag, Dichtl, Hörschgen ?

77.

Wie lauten die Kategorien der absatzpolitischen Instrumente nach Tietz.