

Aufgabentypen

AUFGABENTYPEN NACH KOMPETENZFELDERN

Analysekompetenz

- Eine Unternehmensstrategie/Marketing-Strategie (M) *analysieren*
- Anhand von Kenn-/Bilanzziffern (M) die Umwandlung einer Rechtsform eines Unternehmens *begründen*
- Maßnahmen aus verschiedenen Bereichen des Marketing-Mix (M) bestimmten Unternehmenszielen *zuordnen*
- Eine von der bisherigen Produkt-/Preis-/ Kommunikationspolitik abweichende Unternehmensentscheidung (M) *erläutern*

Analysekompetenz

- Anhand von Materialien Marktbedingungen, Absatzchancen , etc. *analysieren*
- Unter Berücksichtigung einer vorgegebenen Marketingstrategie geeignete Instrumente zur Durchsetzung dieser Strategie *begründen*
- Das Marketing-Konzept zweier Unternehmen anhand von Materialien unter selbst gewählten Marketingaspekten *vergleichen*
- Produkte anhand von Werbeanzeigen einer Ziel- bzw. Konsumentengruppen *zuordnen*

Analysekompetenz

- Eine Marktanalyse, SWOT-, Portfolio-Analyse *erstellen*
- Strategische Ziele und Maßnahmen anhand von Materialien analysieren, *begründen*
- Anhand von Materialien eine Werbekampagne *analysieren*
- Wirkungsgefüge/Fließschema *erstellen*
(Unternehmen im Wirtschaftskreislauf)
- Werbeslogans (M) *analysieren*

Beurteilungskompetenz

- **Werbebotschaft/-anzeige/-plakat** *beurteilen/bewerten*
 - Unternehmensentscheidungen wie Wahl der **Rechtsform/des** Standorts, **Preis-Absatzpolitik, Expansionsstrategie, ...**
- **Unternehmensentwicklung** anhand ausgewählter Kennziffern ... aus unterschiedlichen Perspektiven *beurteilen*
 - **Thesen/Positionen/Meinungen** *beurteilen* und *bewerten*

„Die Wirtschaft ist keine ethische Veranstaltung. Wer sich ihr mit moralischen Ansprüchen nähert, hat die Funktionsweise der Marktwirtschaft nicht verstanden.“ (Hans-Werner Sinn)

Handlungskompetenz

- Anhand vorgegebener Daten und Ziele eine Marketingstrategie/Einzelmaßnahmen oder einen Maßnahmenkatalog innerhalb bestimmter Felder des Marketings-Mix gestalten
- Einen Werbeslogan gestalten
- (...)