

Dipl. Event- | Marketingkommunikator

THEORIE-TEIL der Zertifikats-Prüfung

3 Teile in einem Couvert

Alle 3 Teile sind nach 180 Minuten wieder ins Couvert
zu stecken und abzugeben.

Nullserie 2015

1 Marketingkonzeption	40 Punkte – Dieses Dokument
2 Instrumente des Promotionsmix	30 Punkte – Weiteres Dokument
3 Wirtschaft	30 Punkte – Weiteres Dokument

Total **100 Punkte**

Prüfungskandidat:

Name: _____

Vorname: _____

Klasse: _____

Schulort: _____

Prüfungsergebnis:

Punkte Total: _____

Note: _____

2. Instrumente des Promotionsmix

Bitte die richtige/n Antwort/en ankreuzen

! Zu beachten ist, dass teilweise mehrere Antworten möglich sind !

Nr.	UNSERE Frage	IHRE Antwort	Punkte	Erzielt
1	Was sind effektive Verkaufsziele?	<input type="checkbox"/> Förderung Bekanntheit <input type="checkbox"/> Kontaktziele <input type="checkbox"/> DB- und Margenziele <input type="checkbox"/> Verhaltensziele	1	
2	Ist es richtig, dass sich beim Feldverkauf der Verkäufer zum Kunden begibt?	<input type="checkbox"/> Stimmt <input type="checkbox"/> Stimmt nicht	1	
3	Welches Element der sechs Subvariablen bezeichnet man auch als die Schlüsselgrösse?	<input type="checkbox"/> Kundenselektion <input type="checkbox"/> Produktselektion <input type="checkbox"/> Feldgrösse <input type="checkbox"/> Kontaktperiodizität <input type="checkbox"/> Kontaktquantität <input type="checkbox"/> Kontaktqualität	1	
4	Welche drei verschiedenen Phasen unterscheiden Sie im Verkaufsgespräch?	<input type="checkbox"/> Vorbereitungsphase <input type="checkbox"/> Nachbearbeitungsphase <input type="checkbox"/> Fragephase <input type="checkbox"/> Durchführungsphase <input type="checkbox"/> Infophase	1	
5	Was heisst PR?	<input type="checkbox"/> Öffentlichkeitsmitarbeit <input type="checkbox"/> Öffentlichkeitsmanipulation <input type="checkbox"/> Öffentlichkeitsarbeit <input type="checkbox"/> Power Relations <input type="checkbox"/> Public Relations	1	
6	Was sind die Grundsätze der PR?	<input type="checkbox"/> zeitgerecht <input type="checkbox"/> intern vor extern <input type="checkbox"/> offen <input type="checkbox"/> wahr <input type="checkbox"/> klar <input type="checkbox"/> fachgerecht	1	

7	Was verstehen Sie unter Kommunikation? (über ein Kommunikationsmittel)	JA NEIN <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Lohnbeilageblatt <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Plakat <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Internet/Intranet <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Dialog <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Personalzeitung	1
8	Was regelt die Kommunikation der Unternehmung?	<input type="checkbox"/> Corporate Communications (CC) <input type="checkbox"/> Corporate Design (CD) <input type="checkbox"/> Corporate Behaviour (CB) <input type="checkbox"/> Corporate Identity (CI)	1
9	Ist die nachfolgende Definition für Werbung korrekt? „Werbung ist ein wirtschaftssozialer Prozess, bei welchem mit unpersönlichen Mitteln Meinungen und Entscheidungen beeinflusst werden, unter Wahrung des Gefühls der freien Entschliessung“.	<input type="checkbox"/> Stimmt <input type="checkbox"/> Stimmt nicht	1
10	Welches sind die Hauptaufgaben der Werbung?	<input type="checkbox"/> Absatz <input type="checkbox"/> Umsatz <input type="checkbox"/> Motivation <input type="checkbox"/> Aktualisierung <input type="checkbox"/> Deckungsbeitrag <input type="checkbox"/> Bestätigung <input type="checkbox"/> Information <input type="checkbox"/> hoher Distributionsgrad	1
11	Welche sechs der nebenstehenden „W“-Begriffe gehören zu der Werbeplattform?	<input type="checkbox"/> Wo <input type="checkbox"/> Wert <input type="checkbox"/> Wie <input type="checkbox"/> Was <input type="checkbox"/> Womit <input type="checkbox"/> Weshalb <input type="checkbox"/> Wann <input type="checkbox"/> Wem	1
12	Welche der nachfolgenden Werbeziele bezeichnet man als qualitative Ziele?	<input type="checkbox"/> Motivation <input type="checkbox"/> Wissen <input type="checkbox"/> Bekanntheitsgrad <input type="checkbox"/> Reichweite <input type="checkbox"/> Verhalten <input type="checkbox"/> Einstellung	1

13	Welche Aufgabe hat die Verkaufsförderung?	<input type="checkbox"/> Verbraucherpromotion <input type="checkbox"/> Verkäuferwettbewerbe <input type="checkbox"/> Indirekt beeinflussen <input type="checkbox"/> Schnelle Bezahlung <input type="checkbox"/> Logistische Aufgaben <input type="checkbox"/> Händlerpromotion <input type="checkbox"/> Preis stabil halten <input type="checkbox"/> Information	1
14	Welche drei Aussagen zum Thema Verkaufsförderung sind korrekt?	<input type="checkbox"/> Die Ansprache der Verkaufsförderung erfolgt über die Massenkommunikation und hat allgemeine Inhalte <input type="checkbox"/> Das Ziel der Verkaufsförderung ist auf Rein-/Rausverkauf <input type="checkbox"/> Die Wirkungszeit der VF ist von kurzfristiger und taktischer Natur <input type="checkbox"/> Die Erfolge der Verkaufsförderung sind gut messbar	1
15	Welche Aufgaben hat die Verkaufsförderung zu erfüllen?	<input type="checkbox"/> Schnelle Bezahlung <input type="checkbox"/> Indirekt beeinflussen <input type="checkbox"/> Händlerpromotion <input type="checkbox"/> Information <input type="checkbox"/> Preis stabil halten <input type="checkbox"/> Logistische Aufgaben <input type="checkbox"/> Verkäuferwettbewerbe <input type="checkbox"/> Verbraucherpromotion	1
16	Welche der nachstehenden Begriffe sind der Verkaufsförderung zuzuordnen?	<input type="checkbox"/> Preisschild <input type="checkbox"/> Wettbewerb <input type="checkbox"/> Plakat <input type="checkbox"/> Marktanteil <input type="checkbox"/> Price off <input type="checkbox"/> Zugabe	1
17	Was für Arten von Sponsoring kennen Sie?	<input type="checkbox"/> Sportsponsoring <input type="checkbox"/> Kultursponsoring <input type="checkbox"/> Klatschsponsoring <input type="checkbox"/> Umweltsponsoring <input type="checkbox"/> Papiersponsoring	1
18	Was ist das Hauptziel des Sponsorings?	<input type="checkbox"/> Geldtransfer <input type="checkbox"/> Bekanntheit <input type="checkbox"/> Imagetransfer <input type="checkbox"/> Wissen	1

19	Welches sind die korrekten Schritte/Phasen einer Messevorbereitung?	<input type="checkbox"/> Durchführung <input type="checkbox"/> Vorbereitung <input type="checkbox"/> Konkurrenz informieren <input type="checkbox"/> Nachbearbeitung <input type="checkbox"/> Geschenke verteilen	1
20	Roger Federer wird eingekleidet von NIKE. Ist er dann der:	<input type="checkbox"/> Sponsoringgeber <input type="checkbox"/> Sponsoringnehmer	1

Nun gilt es, die Lücken mit den korrekten Antworten zu füllen:

Nr.	UNSERE Frage mit IHRER Antwort	Punkte	Erzielt			
21	Die Verkaufsschulung ist ein ständiges und wirksames _____, den _____ stets in erforderlicher Weise zu unterstützen und zu optimieren.	1				
22	Franchising ist eine bekannte Sonderform des Verkaufs. Der Franchisegeber stellt das _____, Marketing, den Namen und sonstige Schutzrechte zur Verfügung. Der Franchisenehmer verpflichtet sich zu _____ an Dritte in eigenem Namen und auf _____ Rechnung.	1				
	<table border="1" style="margin-left: 20px;"> <tr><td>Know-how</td></tr> <tr><td>eigene</td></tr> <tr><td>Absatz</td></tr> </table>	Know-how	eigene	Absatz		
Know-how						
eigene						
Absatz						
23	Der Fachspezialist in Sachen PR unterscheidet zur übersichtlicheren Zieldefinition und Planung der Kommunikation in einer Unternehmung zwischen:	1				
	<table border="1" style="display: inline-table; margin-right: 20px;"> <tr><td> </td></tr> </table> und <table border="1" style="display: inline-table; margin-left: 20px;"> <tr><td> </td></tr> </table> Public Relation					
24	Wenn wir über planmässige, offizielle Informationen aber auch Weisungen sprechen, z.B. in Form eines Anschlages am schwarzen Brett oder in der Personalzeitung usw., so sprechen wir von _____ Kommunikation.	1				

25 Ordnen Sie die entsprechenden Zielsetzungen dem dazugehörigen Themenbereich zu:

Werbung

Verkaufsförderung

Marketing

1

Marktanteil

Absatz

Wissen

26 Von Seiten der Werbewirtschaft Schweiz (SW) und der Eidgenossenschaft haben wir ein Kontrollorgan, welches sich um die Seriosität der Werbung und deren Werbung und Wirkung kümmert. Wie heisst diese Organisation?

-kommssion

1

27 Um welche Art der Verkaufsförderung geht es hier:

Barilla verkauft für eine Zeitspanne von 2 Wochen die 500g Spaghetti-Packungen 3 für 2.

1

Price off, Zugabe oder Wettbewerb

28 Ergänzen Sie den angefangenen Satz.

„Die Verkaufsförderung ist kein Mittel zum Ersatz von _____

Umsatz

Werbung

Bekanntheit

1

29 Sponsoring – Ordnen Sie die entsprechende Erscheinungsform dem jeweiligen Sponsoringbereich zu:

Fussball WM	Opernhaus Zürich	Meteo SRF	1
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Kultursponsoring	Sportsponsoring	Mediensponsoring	

30 Nennen Sie uns zwei Beispiele für einen Firmeninternen Event:

<input type="text"/>	<input type="text"/>	1
----------------------	----------------------	---

Total Punkte möglich

30

Total Punkte erreicht durch den/die Kandidat/in

Korrigiert von:..... Datum:.....