

2. Teil: 1 Charakterisierung und Arten von Märkten

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 37

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:		
F1:	S. 21	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 22	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 21-24	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F4:	S. 24-26	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F5:	S. 26-30	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F6:	S. 31-37	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

2. Teil: 2 Verhalten von Marktteilnehmern

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 146 f.

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:		
F1:	S. 42	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 43	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 45-53	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F4:	S. 54-55	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F5:	S. 56-58	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F6:	S. 59-70	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F7:	S. 70-83	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F8:	S. 83-89	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F9:	S. 91-96	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F10:	S. 96-99	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F11:	S. 111-112	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F12:	S. 112-119	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F14:	S. 130	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F15:	S. 133-134	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F16:	S. 137	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:

F17: S. 140-142 ja zum Teil nein

F18: S. 141-143 ja zum Teil nein

F19: S. 143-145 ja zum Teil nein

F20: S. 146 ja zum Teil nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

2. Teil: 3 Marktinformationen

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 295 f.

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:F1: S. 150 ja zum Teil neinF2: S. 150-154 ja zum Teil neinF3: S. 156 ja zum Teil neinF4: S. 158-160 ja zum Teil neinF5: S. 162-168 ja zum Teil neinF6: S. 173-174 ja zum Teil neinF7: S. 176-178 ja zum Teil neinF8: S. 179-183 ja zum Teil neinF9: S. 185-186 ja zum Teil neinF10: S. 187-188 ja zum Teil neinF11: S. 187-190 ja zum Teil neinF12: S. 191 ja zum Teil neinF13: S. 194 ja zum Teil neinF14: S. 196-200 ja zum Teil neinF15: S. 203-207 ja zum Teil nein

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: **Eigene Lösungshinweise:**

F16: S. 209-217 ja zum Teil nein

F17: S. 217-223 ja zum Teil nein

F18: S. 242-245 ja zum Teil nein

F19: S. 245-254 ja zum Teil nein

F20: S. 252-254 ja zum Teil nein

F21: S. 255-257 ja zum Teil nein

F22: S. 258-260 ja zum Teil nein

F23: S. 261-263 ja zum Teil nein

F24: S. 263-264 ja zum Teil nein

F25: S. 266-276 ja zum Teil nein

F26: S. 282-286 ja zum Teil nein

F27: S. 288-292 ja zum Teil nein

F28: S. 293-294 ja zum Teil nein

F = Frage

S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251