

Creditpoint-Vorlesungsklausur WS 1999/2000

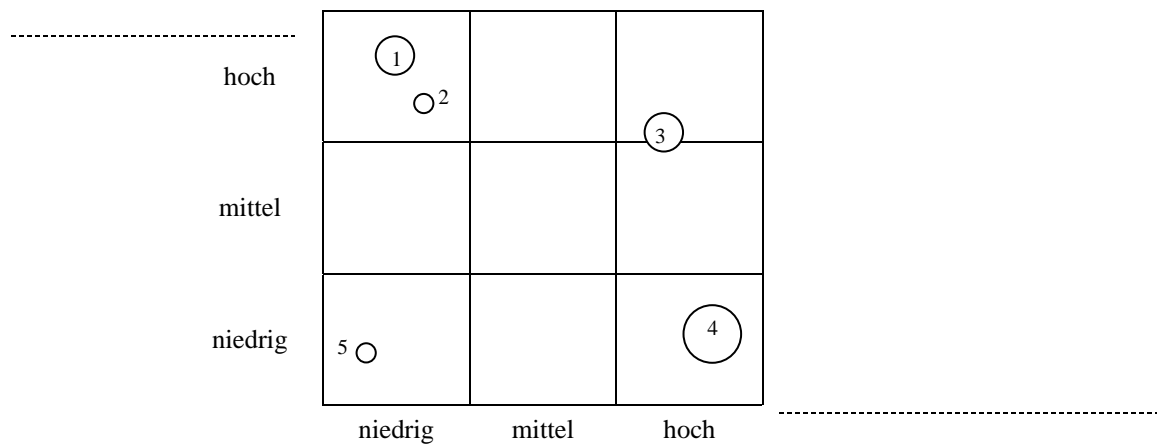
Aufgabe 1 Portfolio-Matrix

30 Punkte

- 1.1. Erläutern Sie das Portfolio-Konzept in allgemeiner Form.
Gehen Sie hierbei auf die Ziele der Portfolio-Matrix, auf die Messung der Koordinatenachsen und auf die Vorgehensweise ein.

(15 Punkte)

- 1.2. Für ein Unternehmen wurde eine Portfolio-Matrix erstellt.
Das Unternehmen besteht aus fünf strategischen Geschäftseinheiten, wobei die Fläche der Kreise die Stärke der jeweiligen Geschäftseinheit angibt.



Beschriften Sie die Koordinatenachsen und analysieren Sie die vorliegende Portfolio-Matrix.

Leiten Sie Strategien für die einzelnen strategischen Geschäftseinheiten ab. Berücksichtigen Sie hierbei die Beziehungen zwischen den strategischen Geschäftseinheiten und begründen Sie Ihre Entscheidung.

(15 Punkte)

Creditpoint-Vorlesungsklausur Wintersemester 2004/05

1.3. Ein Unternehmen möchte seiner strategischen Planung die Portfolio-Analyse zugrunde legen.

1.3.1. Beschriften Sie die Abszisse und Ordinate folgender Portfolio-Matrix gemäß dem Schema der Boston Consulting Group (WIRD IN DER ÜBUNG BESPROCHEN!) und erläutern Sie kurz die Bedeutung der Achsen.

(2 Punkte)

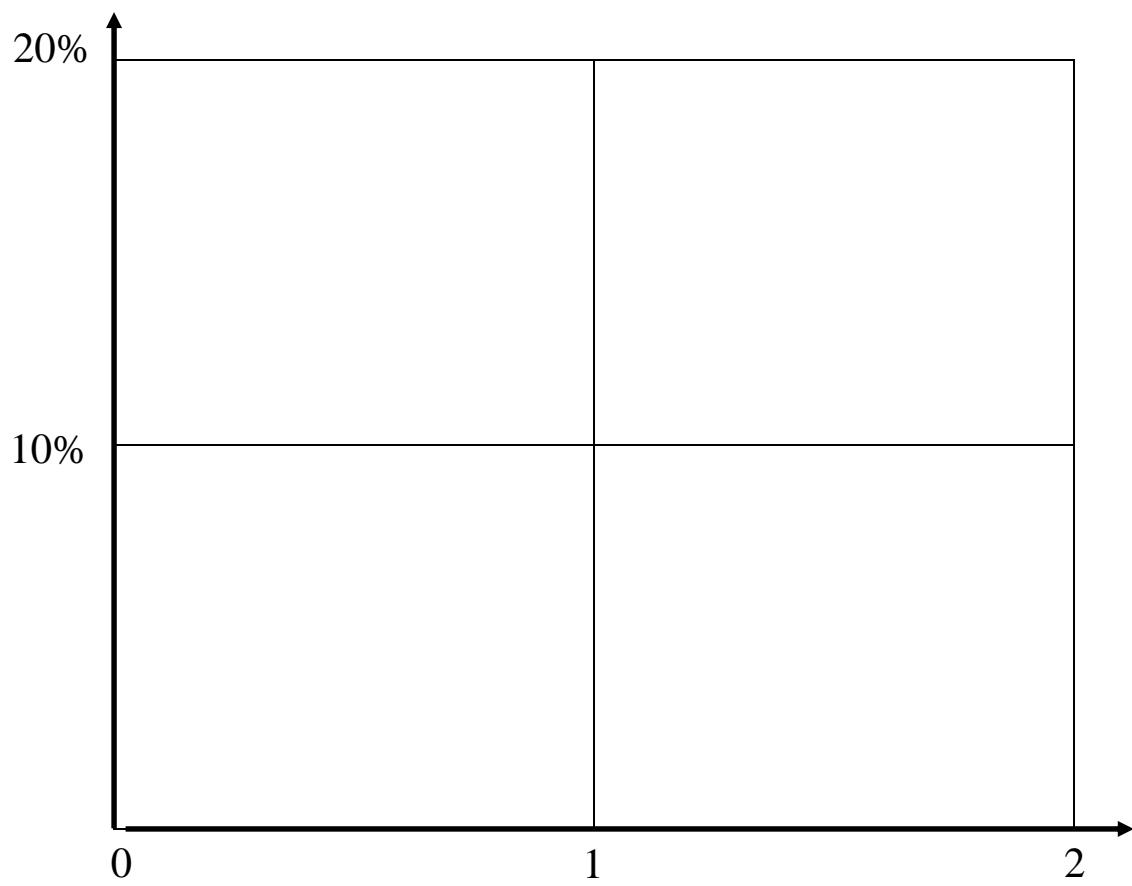
1.3.2. Stellen Sie die folgenden 5 strategischen Geschäftseinheiten (SGE) in der Matrix (siehe nächste Seite) dar:

SGE	Marktwachstum (%)	Umsatz (Mio. €)	Umsatz stärkster Konkurrent (Mio. €)
A	18,0	12	30
B	14,0	8	10
C	1,0	12	60
D	0,5	45	25
E	16,0	8	5

(6 Punkte)

1.3.3. Charakterisieren Sie die zugehörigen Matrix-Felder und verbinden Sie die Felder mit einem typischen Produktlebenszyklus. Welche Strategien würden Sie für die einzelnen SGE vorschlagen? Berücksichtigen Sie bei Ihren Ausführungen auch die Beziehungen zwischen den einzelnen SGE!

(16 Punkte)



Creditpoint-Vorlesungsklausur WS 2001/02

Aufgabe 1 PIMS

30 Punkte

- 1.1. Erläutern Sie kurz das Ziel des PIMS-Programms.
(2 Punkte)
- 1.2. Beim PIMS-Programm bedient man sich der Kennziffer des Return on Investment (ROI). Definieren Sie den ROI und gehen Sie auf den Zusammenhang zwischen ROI, Marktanteil, Produktqualität und Arbeitsproduktivität ein.
(16 Punkte)
- 1.3. Erläutern Sie, wie die vom PIMS-Programm gewonnenen Informationen im Rahmen von Produktinnovationen genutzt werden können (gehen Sie hierbei auf drei Aspekte ein).
(12 Punkte)

Creditpoint-Vorlesungsklausur SoSe 2003

Aufgabe 1 Strategische Unternehmensplanung

30 Punkte

- 1.4. Kennzeichnen Sie das Profit Impact of Market Strategies (PIMS) Programm und gehen Sie ausführlich auf die Schlüsselfaktoren für den strategischen Erfolg einer Geschäftseinheit ein.
(12 Punkte)
- 1.5. Erläutern Sie drei Kritikpunkte, die sich mit dem PIMS-Konzept in Verbindung bringen lassen.
(9 Punkte)
- 1.6. Beschreiben Sie drei gebräuchliche Wettbewerbsstrategien (Porter) und nennen Sie Wege, wie sich diese jeweils von Unternehmen realisieren lassen. Stellen Sie eine Verbindung zwischen einer dieser Wettbewerbsstrategien und möglichen positiven Effekten für den Unternehmenserfolg mit Bezug auf die Schlüsselfaktoren des PIMS-Programms dar.
(9 Punkte)