

Top-Prüfung

Industriekauffrau / -mann

400 Testaufgaben zur Prüfungsvorbereitung
inkl. Lösungen

Geschäftsprozesse - 140 Fragen

Kaufmännische Steuerung & Kontrolle - 120 Fragen

Wirtschafts- und Sozialkunde - 140 Fragen



Top-Prüfung.de

Claus G. Ehlert



Vorwort

Dieses Buch dient zur Vorbereitung auf die Abschlussprüfung als Industriekauffrau/-mann. Die Fragen sind - wie bei der schriftlichen Prüfung - in programmierter und in offener Form gestellt.

Sie können sich mit diesem Buch gezielt und effektiv auf mögliche Fragen vorbereiten und Schwachstellen in Ihrem Wissen aufdecken.

Die Testaufgaben sind in praktischen Blöcken zu 10 - 15 Fragen aufgeteilt. Sie können immer einen Aufgabenblock bearbeiten und dann mit den Lösungen vergleichen.

Am Ende des Buches finden Sie einen Vordruck zum Eintragen der Lösungen für die programmierten Aufgaben. Den Vordruck können Sie sich auch downloaden unter www.top-pruefung.de/vordruck-1.pdf.

Tipp: Wenn Sie eine Antwort nicht wissen, arbeiten Sie nach dem Ausschlussverfahren. Streichen Sie die Antworten, die falsch sind.

Viel Erfolg bei Ihrer Prüfungsvorbereitung!

Autor: Claus G. Ehlert, Rettiner Weg 66, 23730 Neustadt
www.top-pruefung.de , E-mail: info@top-pruefung.de

Februar 2018
ISBN: 978-3-943665-12-3

© 2018: Dieses Buch ist urheberrechtlich geschützt. Insbesondere die Herstellung von Kopien und der Weiterverkauf - außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle - sind nicht gestattet.



Inhaltsangabe

I. Geschäftsprozesse

A. Marketing Grundlagen.....	4
B. Marketing & Absatz.....	8
C. Beschaffung.....	12
D. Bevorratung / Lager.....	15
E. Personal.....	19
F. Personal / Organisation.....	23
G. Leistungserstellung.....	27
H. Prozessunterstützung.....	30
I. Kennzahlen.....	34
J. Sicherheit am Arbeitsplatz.....	38

II. Kaufmännische Steuerung & Kontrolle

A. Personal / Personalbuchführung.....	41
B. Buchungssätze.....	44
C. Abschreibung / Abgrenzung.....	47
D. Bewertung / Inventur.....	51
E. Kosten- und Leistungsrechnung.....	54
F. Kaufmännisches Rechnen / Verteilungsrechnen.....	58
G. Kalkulation.....	62
H. Jahresabschluss / Beurteilung.....	66
I. Gemischte Fragen.....	70

III. Wirtschafts- und Sozialkunde (WiSo)

A. Gemischte WiSo-Fragen.....	74
B. Gemischte WiSo-Fragen II.....	77
C. Betriebsrat / Mitbestimmung.....	79
D. Berufsausbildung.....	81
E. Berufliche Bildung.....	84
F. Unternehmensformen.....	87
G. Vertragsrecht / Geschäftsfähigkeit.....	89
H. Sozialversicherung.....	92
I. Der Staat und seine Institutionen / Wirtschaftspolitik.....	94
J. Grundlagen Betriebswirtschaft und Volkswirtschaft.....	97
K. Steuern.....	99
Lösungen der WiSo-Aufgaben.....	100
Lösungsblatt Vordruck für programmierte Fragen.....	101



I. Geschäftsprozesse

A. Marketing Grundlagen

Frage 1: Was ist unter Marktforschung zu verstehen?

Frage 2: Nennen Sie vier Hauptbestandteile des „Marketing-Mix“.

Frage 3: Erläutern Sie folgende Begriffe aus dem Marketing Bereich:

- Corporate Design
- Corporate Identity
- Sales Promotion
- Eye-Catcher

Frage 4: Erklären Sie den Begriff „Point of Sales Werbung“.

Frage 5: Welches Gesetz ist die rechtliche Grundlage für das Verbot von Werbung, in der ein Mitbewerber verunglimpft wird?

Frage 6: Was ist unter „antizyklischer Werbung“ zu verstehen?

Frage 7: Was ist unter dem Begriff „Diversifikation“ zu verstehen?

Frage 8: Was ist der Unterschied zwischen einem breiten Sortiment und einem schmalen Sortiment? Nennen Sie je ein Beispiel.

Frage 9: Erklären Sie die Begriffe Sortimentstiefe, Randsortiment, Sortimentsbereinigung mit je einem Beispiel.

Situation zu den Fragen 10 - 12

Der Sportartikelhersteller „Supisport“ in Hannover überlegt, ob er seine Sportartikel auch direkt an Endkunden verkaufen soll. Dafür plant er ein Testgeschäft.

Frage 10: Der Geschäftsführer möchte Marktforschung betreiben.

- Was ist Marktbeobachtung?
- Was ist Marktforschung?

Frage 11: Formulieren Sie 5 Fragen, die mithilfe von Marktforschung beantwortet werden sollen.



Frage 12: Welche Gefahren können bei der Aufstellung einer Marktprognose entstehen?

Frage 13: Erklären Sie die Begriffe „Sekundärforschung“ und „Primärforschung“.

Frage 14: Unterscheiden Sie die Begriffe „Produktinnovation“ und „Produktvariation“.

Frage 15: Was ist unter „Distributionspolitik“ zu verstehen?



Lösungen zu Fragenblock A

Frage 1: Die systematische Beschaffung von Marktinformationen mit wissenschaftlichen Methoden.

Frage 2:

- Produktpolitik (Produktgestaltung, Produktvariationen,...)
- Preis- und Konditionenpolitik (Preisfestsetzung, Preisdifferenzierung,...)
- Distributions- und Vertriebspolitik (direkter Absatz, indirekter Absatz,...)
- Kommunikationspolitik (Wirtschaftlichkeit, Klarheit, Wahrheit,...)

Frage 3:

Corporate Design:	Erscheinungsbild einer Firma, z. B. Logo und Firmenfarben werden bewusst und häufig verwendet.
Corporate Identity:	Unternehmensphilosophie, die in allen Bereichen angewandt wird.
Sales Promotion:	Verkaufsförderung (oft für ein bestimmtes Produkt).
Eye-Catcher:	Blickfang, Gestaltungselement, das Aufmerksamkeit erregt.

Frage 4: Werbung, die an den Verkaufsplätzen erfolgt. Das Ziel ist, Verkäufe zu generieren.

Frage 5: Das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) regelt das Verbot von Werbung, in der ein Mitbewerber verunglimpft wird.

Frage 6: Bei Umsatzrückgängen werden die Ausgaben für Werbemaßnahmen erhöht. Sinkt der Umsatz, steigen somit die Werbeanstrengungen.

Frage 7: Eine Erweiterung des Sortiments. Es werden neue Waren oder Warengruppen in das Sortiment aufgenommen, die vorher noch nicht vertreten waren.

Frage 8:

- ✓ Breites Sortiment: Es werden viele Warengruppen angeboten. Beispiel: Baumarkt
- ✓ Schmales Sortiment: Es werden nur wenige Warengruppen angeboten.
Beispiel: Tapetenfachgeschäft, Gärtnerei



Frage 9:

<u>Sortimentstiefe:</u>	Auswahl an Artikeln innerhalb einer Warengruppe. Beispiel: In einem Teppichfachgeschäft werden 32 verschiedene Veloursteppiche angeboten.
<u>Randsortiment:</u>	Das Kernsortiment wird mit fremden Waren ergänzt. Beispiel: In einem Teppichfachgeschäft werden auch Tapeten angeboten.
<u>Sortimentsbereinigung:</u>	Das bisherige Sortiment wird um Artikel oder Sorten verringert. Beispiel: In einem Baumarkt wird die Gartenabteilung geschlossen.

Frage 10:

- Marktbeobachtung ist das unsystematische Erfassen von Daten.
- Marktforschung ist das systematische Gewinnen und Auswerten von Informationen.

Frage 11:

- ✓ Besteht Bedarf an einem Sportgeschäft?
- ✓ Gibt es Mitbewerber?
- ✓ Wie ist die Kaufkraft?
- ✓ Welche Artikel werden benötigt?
- ✓ Wie ist die Altersstruktur, Einkommensstruktur?

Frage 12: Einflussfaktoren können falsch eingeschätzt werden. Die Prognose ist unsicher, da die Entwicklung in der Zukunft nur geschätzt werden kann. Somit besteht die Gefahr von Fehlinvestitionen.

Frage 13:

- Sekundärforschung ist die Beschaffung, Verarbeitung und Auswertung von bereits existierendem Datenmaterial.
- Primärforschung ist die Beschaffung, Verarbeitung und Auswertung noch nicht erfasster Daten.

Frage 14:

- **Produktinnovation:** Erstellung eines völlig neuartigen Produktes oder Hinzufügen von neuen Produkteigenschaften für ein bereits bestehendes Produkt.
- **Produktvariation:** Erstellung von verschiedenen Produktvarianten, um möglichst auf unterschiedliche Kundenwünsche eingehen zu können.

Frage 15: Unter Distributionspolitik fallen alle Fragestellungen, wie ein Produkt vom Händler zum Kunden gelangt.

Weitere Infos und Bestellung unter

<http://www.top-pruefung.de/industriekauffrau.html>