

## Teilnahme an MC<sup>2</sup>

Um MC<sup>2</sup> nutzen zu können, ist eine Registrierung erforderlich. Hierfür ist ein individueller Registrierungs-Code erforderlich, der auf der ersten Seite des Lehrbuchs abgedruckt ist.

Vorname	Max
Nachname	Musterfrau
E-Mail-Adresse	max.musterfrau@email.de
Wiederholung E-Mail	max.musterfrau@email.de
Gewünschtes Passwort	•••••
Wiederholung Passwort	•••••
Registrierungs-Code	abcdefghi
Universität	Universität Musterstadt
Veranstaltung	Marketing
<input type="button" value="Registrieren"/> <input type="button" value="Formular zurücksetzen"/>	

Sie erhalten anschließend eine Bestätigungs-E-Mail, mit der Sie Ihr Konto freischalten können.

Registrierte Nutzer erhalten eine Bestätigungsmail an ihre bei der Registrierung hinterlegte E-Mail-Adresse. Durch Rücksendung dieser Mail wird die Anmeldung abgeschlossen. Anschließend können sich die MC<sup>2</sup>-Nutzer jederzeit mit ihrer E-Mail-Adresse sowie dem bei der Registrierung festgelegten Passwort unter [www.mc2-online.de](http://www.mc2-online.de) einloggen und MC<sup>2</sup>-Tests durchführen. Dabei kann pro Test eine spezifische Kapitelauswahl sowie eine Festlegung des Schwierigkeitsgrades (Basic oder Fortgeschritten) vorgenommen werden.

Nach den MC<sup>2</sup>-Tests werden die Testergebnisse dem Nutzer an die hinterlegte E-Mail-Adresse gesandt.

## Vorteile von MC<sup>2</sup> auf einen Blick

### Für MC<sup>2</sup>-Nutzer/Studierende

- vertieftes Literaturstudium
- verbesserte Prüfungsvorbereitung
- Identifikation von Wissenslücken
- Umgang mit Multiple Choice-Fragen
- Spaß

### Für Dozenten

- Motivation der Studierenden zum Literaturstudium
- verbesserte Prüfungsvorbereitung der Kursteilnehmer
- Überblick über Wissensstand der Kursteilnehmer (bei Anforderung kursspezifischer Auswertungen)
- Verbessertes Umgang der Studierenden mit Multiple Choice-Fragen

An den Universitäten Hohenheim und Potsdam wurde MC<sup>2</sup> im Wintersemester 2012/2013 in Einführungsveranstaltungen zum Marketing getestet. Hierbei erzielten Studierende, die MC<sup>2</sup> im Rahmen ihrer Prüfungsvorbereitung eingesetzt haben, signifikant bessere Prüfungsergebnisse in den Multiple Choice-Fragen der Prüfung.

### Kontakt

Prof. Dr. Markus Voeth  
E-Mail: [info@ls-voeth.de](mailto:info@ls-voeth.de)  
Internet: [www.ls-voeth.de](http://www.ls-voeth.de)

Prof. Dr. Uta Herbst  
E-Mail: [info@ls-herbst.de](mailto:info@ls-herbst.de)  
Internet: [www.ls-herbst.de](http://www.ls-herbst.de)



# MC<sup>2</sup>

## Multiple Choice Marketing Check

Die interaktive Lernplattform für das Marketing

Zum Lehrbuch:  
Voeth/Herbst, Marketing-Management  
(ISBN 978-3-7910-3271-9)

## Zielsetzung von MC<sup>2</sup>

Mit Hilfe der Plattform können Leser des Buchs individuell überprüfen, inwieweit sie die im Lehrbuch vermittelten Inhalte nachvollzogen und verinnerlicht haben. Hierzu sind webbasierte Multiple Choice-Fragen zu beantworten. An den Testergebnissen kann der MC<sup>2</sup>-Nutzer seinen Wissensstand ablesen.

Da das Fragegebiet in den MC<sup>2</sup>-Tests auf einzelne Kapitel des Lehrbuchs eingeschränkt werden kann, lässt sich MC<sup>2</sup> sehr gut parallel zum Lesen des Lehrbuchs einsetzen.

### Kapitelauswahl

Level der Fragen: Fortgeschritten Ändern

Alle auswählen - Basic Fortgeschritten

- 1 Was ist Marketing
- 2 Bestandteile einer Marketing-Konzeption
  - 2A Situationsanalyse
  - 2B Marketing-Ziele
  - 2C Marketing-Strategien
  - 2D Marketing-Instrumente
    - 2D.II1 Produktpolitik
    - 2D.II2 Preispolitik

Darüber hinaus stellt MC<sup>2</sup> eine ideale Prüfungsvorbereitung dar: Individuelle Testauswertungen, Hinweise auf Kapitel des Buchs, zu denen Testfragen nicht richtig beantwortet wurden sowie Lernkurven, die den Lernfortschritt über alle absolvierten MC<sup>2</sup>-Tests zeigen, helfen dem MC<sup>2</sup>-Nutzer, sich das Stoffgebiet des Lehrbuchs optimal zu erschließen.

## Der MC<sup>2</sup>-Test: 20 Fragen, 20 Antworten

Aus mehr als 3.500 Wissensfragen werden pro MC<sup>2</sup>-Test zufällig 20 Fragen zu den zuvor vom MC<sup>2</sup>-Nutzer individuell ausgewählten Teilgebieten präsentiert. Für die Fragen ist anzugeben, ob und ggf. welche der vorgegebenen Antworten korrekt sind.

**Frage 17**

Werden Werbemaßnahmen von Kunde zu Kunde weiter verbreitet, nennt man dies ...

Kapitel: Kommunikationspolitik: Guerilla Marketing (2D.II.4.2.1.1.6)

**Ihre Antwort(en)**

- Guerilla Marketing
- Ambush Marketing
- Ambient Marketing
- Virales Marketing

Beantworten
Antworten zurücksetzen

Frage überspringen - Test abbrechen

Die für einen MC<sup>2</sup>-Test relevanten Kapitel des Lehrbuchs sowie der Schwierigkeitsgrad der Fragen („Basic“ oder „Fortgeschritten“) können vom MC<sup>2</sup>-Nutzer individuell festgelegt werden. Die Ergebnisse des Tests sowie Hinweise zu Wissenslücken werden dem MC<sup>2</sup>-Nutzer nach dem Test per E-Mail zugesandt.

**MC<sup>2</sup>-Test Auswertung**

Ergebnis für MC<sup>2</sup>-Test Nr. 5 von Max Musterfrau vom 09.04.2013

Für Ihren MC<sup>2</sup>-Test Nr. 5 hatten Sie aus dem Buch „Voeth/Herbst, Marketing-Management“ die in der ersten Spalte der unten stehenden Tabelle aus diesen Kapiteln entnommenen Fragen haben Sie 44 von den bei diesen Fragen möglichen 69 Wissenspunkten erreicht. Dies entspricht herkömmlichen Notenskalen der Note „befriedigend (3,3)“ entsprechen würde.

Wir empfehlen Ihnen, folgende Kapitel des Buchs „Voeth/Herbst, Marketing-Management“ nochmals nachzuarbeiten:

- Produktpolitik: Verpackung (2D.II.1.2.2)
- Produktpolitik: Erweitertes Produkt (2D.II.1.3)
- Produktpolitik: Produktinnovation (2D.II.2.2.1)
- Produktpolitik: Ideengewinnung (2D.II.2.2.1.1)
- Produktpolitik: Preissets von Produktkonzepten (2D.II.2.2.1.5)
- Produktpolitik: Kennzahlen zur Programm- und Sortimentsbeurteilung (2D.II.3.2)

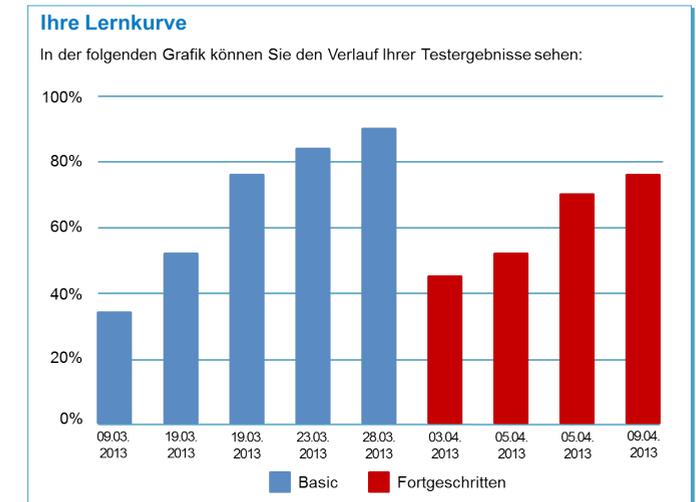
Die Ergebnisse im Detail

Kapitel	erreichte Wissenspunkte	mögliche Wissenspunkte
2D.II.1: Produktpolitik	-	-
2D.II.1.1: Sachliche Entscheidungstatbestände	-	-
2D.II.1.1.1: Produktkern	-	-
2D.II.1.1.2: Formales Produkt	3/3	-
2D.II.1.2.1: Design	-	-
2D.II.1.2.2: Verpackung	4/8	-

## Testauswertung & Lernkurve

Die Testauswertung eines MC<sup>2</sup>-Test weist den Anteil der Wissenspunkte aus, der in dem durchgeführten MC<sup>2</sup>-Test vom Nutzer realisiert wurde (z.B. 82 %). Die einer Frage zugeordneten Wissenspunkte hängen dabei davon ab, wie viele verschiedene Antwortalternativen die Frage aufweist. Zusätzlich wird mitgeteilt, mit welcher Testnote (Schulnoten-System) dieses Test-Ergebnis normalerweise verbunden wäre (z.B. 2,0). Sofern Fragen im MC<sup>2</sup>-Test nicht korrekt beantwortet wurden, wird darüber hinaus angezeigt, in welchen Bereichen Fehler gemacht wurden und welche Kapitel daher nochmals durchgearbeitet werden sollten.

Die Ergebnisse aller absolvierten MC<sup>2</sup>-Tests werden zudem in Form einer Lernkurve angezeigt. Diese ermöglicht es, den Lernfortschritt in Echtzeit zu verfolgen.



Dozenten haben die Möglichkeit, kursbezogene Auswertungen über die Leistungen ihrer Kursteilnehmer abzufragen, um so den Lernfortschritt ihres Kurses nachzuerfolgen und zu dokumentieren (Kontakt: administrator@mc2-online.de).