

Markt- und Werbepsychologie

Dozentin

Mag. Romana Sailer,
Wirtschaftsakademie Wien



10 Multiple-Choice Fragen zur Stoffreflexion

1. Werbepsychologie beschäftigt sich mit ... (Antwort: B)
 - a) Bevorzugung von Menschen in der Werbung.
 - b) Beeinflussung von menschlichem Erleben und Verhalten durch werbliche Maßnahmen.
 - c) Bereicherung von Medien durch Werbeeinschaltungen.
 - d) betrieblichen Prozessen bei der Beschaffung von Werbematerialien.

2. An dem Punkt, wo Angebot und Nachfrage übereinstimmen, befindet sich der Markt ... (Antwort: B)
 - a) im gleichen Zustand
 - b) im Gleichgewicht
 - c) im gleichen Abstand
 - d) in Gleichform

3. Was versteht man unter konzentrierter Segmentierungsstrategie? (Antwort: D)
 - a) Für alle Marktsegmente wird ein einziger Marketingmix erarbeitet.
 - b) Konzentration auf ein einzelnes Marketinginstrument.
 - c) Konzentration auf viele Märkte.
 - d) Für ein spezielles Marktsegment wird ein spezieller Marketingmix erarbeitet.

4. Welche Phasen charakterisieren den „Buying Cycle“? (Antwort: B)
 - a) Verkauf- und Ankaufphase
 - b) Vorkauf-, Kauf-, Nachkaufphase
 - c) Verkäufer- und Nachfragephase
 - d) Einkauf-, Erlebnis-, Entsorgungsphase

5. Aus welchen drei Dimensionen setzt sich Nachhaltigkeit zusammen? (Antwort: A)
 - a) Ökologie, Ökonomie, Soziales
 - b) Biologie, Technik, Wirtschaft
 - c) Gesellschaft, Migration, Verantwortung
 - d) Familie, Arbeit, Finanzen

6. **Welches sind die aktivierenden Antriebe, die das Zustandekommen menschlichen Verhaltens erklären? (Antwort: A)**
- a) Emotionen, Motivation, Einstellungen
 - b) Informationsaufnahme, -speicherung und -verarbeitung
 - c) Erziehung und Persönlichkeitsentwicklung
 - d) Lebensstile und Konsumpräferenzen
7. **Welche Forschungsrichtung beschäftigt sich mit funktionellen und strukturellen Hirnprozessen, die am emotionalen Geschehen beteiligt sind? (Antwort: C)**
- a) Entwicklungspsychologie
 - b) Cross-cultural research
 - c) Emotional Neuroscience
 - d) Sozialwissenschaften
8. **Was besagt die Regulatory-Focus-Theorie? (Antwort: A)**
- a) Individuen suchen Lust und meiden Schmerz
 - b) Der menschliche Organismus reguliert sich durch Zielorientierung
 - c) Aufrechterhaltung der Fokussierung
 - d) Individuen suchen Ziele und meiden Anstrengung
9. **Die Erhöhung der Motivation von Konsumenten, mehr von einem Gut zu kaufen, wenn der Preis steigt, bezeichnet man als ... (Antwort: D)**
- a) Preis-Effekt
 - b) Prestige-Effekt
 - c) Weber-Effekt
 - d) Veblen-Effekt
10. **Werte werden unter anderem definiert als ... (Antwort: B)**
- a) immer wieder neu zu findende Grundeinstellungen
 - b) Maßstäbe für die Beurteilung des eignen Handelns
 - c) instabile Leitlinien
 - d) von äußeren Umständen abhängige Variablen