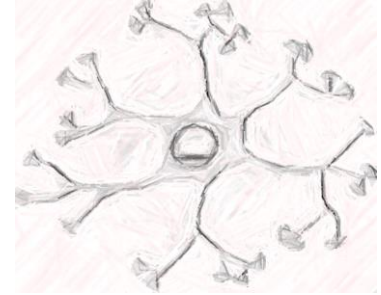


Neuromarketing

Dozentin

Mag. Romana Sailer,
Wirtschaftsakademie Wien



Fragenkatalog:

10 Multiple-Choice Prüfungsfragen zur Stoffreflexion

- 1.) **Wie entscheiden Konsumenten im Allgemeinen? (Antwort C)**
 - A. selten intuitiv
 - B. meist rational
 - C. meist intuitiv
 - D. weder rational noch intuitiv

- 2.) **Was versteht man unter „Autopilot im Kopf“? (Antwort B)**
 - A. bewusste Entscheidungen
 - B. unbewusste, implizite Vorgänge
 - C. Computer im Gehirn
 - D. reflektierte, explizite Vorgänge

- 3.) **Der Wissenschaftler *Reiss* bezeichnet die Lebensmotive als ... (Antwort B)**
 - A. äußere Erscheinungen
 - B. innere Antreiber
 - C. versteckte Potenziale
 - D. Vorgaben aus der Umwelt

- 4.) **Welcher Teil des limbischen Systems ist (nach derzeitigem Wissensstand) für das „Bauchgefühl“ verantwortlich? (Antwort C)**
 - A. Sensomotorischer Kortex
 - B. Hypothalamus
 - C. Cingulärer Kortex
 - D. Bauchorgane

- 5.) **Was gehört zu den Grundregeln von Storytelling? (Antwort C)**
 - A. Aussehen von Nebendarstellern
 - B. Intelligenz der Protagonisten
 - C. Identifizierung eines Helden
 - D. ausgefallene Drehorte

6.) Welche der folgenden Aussagen ist im Zusammenhang mit funktioneller Neuroplastizität des Gehirns richtig? (Antwort A)

- A. Je nach Gebrauch können sich neuronale Netzwerke ausbilden.
- B. Zufällige Mutationen lassen neue Netzwerke entstehen.
- C. Man sollte sich nur wenigen Reizen aussetzen.
- D. Funktionelle Neuroplastizität wird nicht erforscht.

7.) Markensignale = ... (Antwort A)

- A. Brand Codes
- B. Spezifische Muster
- C. Advertising Signals
- D. Advertising Networks

8.) Wie wirken sich neurochemische Veränderungen zur Zeit der Familiengründung auf das Konsumverhalten aus? (Antwort D)

- A. Gelassenheit und Genuss stehen im Vordergrund.
- B. Besonders attraktiv sind Produkte mit Neuigkeits- und Innovationswert.
- C. Bereitschaft zum Kauf von Statusprodukten steigt.
- D. Bereitschaft zum Kauf von Familienprodukten steigt.

9.) Mihaly Csikszentmihalyi (1992/2017) beschreibt den Zustand von „Glück“ als ... (Antwort A)

- A. „Flow“
- B. „Low“
- C. „High“
- D. „Hip“

10.) Wohin geht die Entwicklung von Produkten und Marken im 21. Jahrhundert? (Antwort B)

- A. Alleinstellungsmerkmal
- B. Über den Grundnutzen und den emotionalen Mehrwert hin zum Sinn
- C. Radiowerbung
- D. Abbau von Bodenschätzen

Wir freuen uns auf Ihre Fragen!

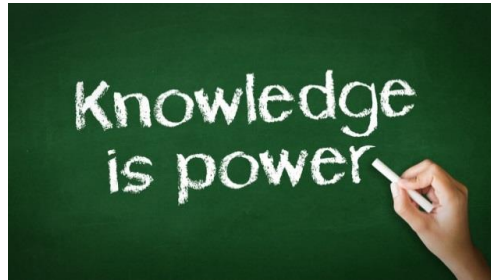
Für alle Fragen vor dem Kursbeginn: irmi.hinterberger@amc.or.at

Für alle Fragen während des Kurses: studienabteilung@amc.or.at

Infos zur Bildungskarenz:

<http://www.gesundheit-studium.at/bildungskarenz/>

Wir wünschen viel Erfolg im Studium!



Auf zum nächsten Karriereschritt!

