

# Markt- und Werbepsychologie



## Dozentin

Mag.<sup>a</sup> Romana Sailer,  
Psychologin, Betriebliche Gesundheitsmanagerin, Dipl.  
Ernährungstrainerin

## Fragenkatalog:

### 10 Multiple Choice Fragen zur Stoffreflexion

#### 1. Werbepsychologie beschäftigt sich mit ...

- 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.

Antwort: B

#### 2. An dem Punkt, wo Angebot und Nachfrage übereinstimmen, befindet sich der Markt ...

- A. im gleichen Zustand
- B. im Gleichgewicht
- C. im gleichen Abstand
- D. in Gleichform

Antwort: B

#### 3. Was versteht man unter konzentrierter Segmentierungsstrategie?

- 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.

Antwort: D

#### 4. Welche Phasen charakterisieren den „Buying Cycle“?

- A. Verkauf- und Ankaufphase
- B. Vorkauf-, Kauf-, Nachkaufphase
- C. Verkäufer- und Nachfragephase
- D. Einkauf-, Erlebnis-, Entsorgungsphase

Antwort: B

**5. Aus welchen drei Dimensionen setzt sich Nachhaltigkeit zusammen?**

- A. Ökologie, Ökonomie, Soziales
- B. Biologie, Technik, Wirtschaft
- C. Gesellschaft, Migration, Verantwortung
- D. Familie, Arbeit, Finanzen

Antwort: A

**6. Welches sind die aktivierenden Antriebe, die das Zustandekommen menschlichen Verhaltens erklären?**

- A. Emotionen, Motivation, Einstellungen
- B. Informationsaufnahme, -speicherung und -verarbeitung
- C. Erziehung und Persönlichkeitsentwicklung
- D. Lebensstile und Konsumpräferenzen

Antwort: A

**7. Welche Forschungsrichtung beschäftigt sich mit funktionellen und strukturellen Hirnprozessen, die am emotionalen Geschehen beteiligt sind?**

- A. Entwicklungspsychologie
- B. Cross-cultural research
- C. Emotional Neuroscience
- D. Sozialwissenschaften

Antwort: C

**8. Was besagt die Regulatory-Focus-Theorie?**

- 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

Antwort: A

**9. Die Erhöhung der Motivation von Konsumenten, mehr von einem Gut zu kaufen, wenn der Preis steigt, bezeichnet man als ...**

- A. Preis-Effekt
- B. Prestige-Effekt
- C. Weber-Effekt
- D. Veblen-Effekt

Antwort: D

**10. Werte werden unter anderem definiert als ...**

- A. immer wieder neu zu findende Grundeinstellungen
- B. Maßstäbe für die Beurteilung des eignen Handelns
- C. instabile Leitlinien
- D. von äußeren Umständen abhängige Variablen

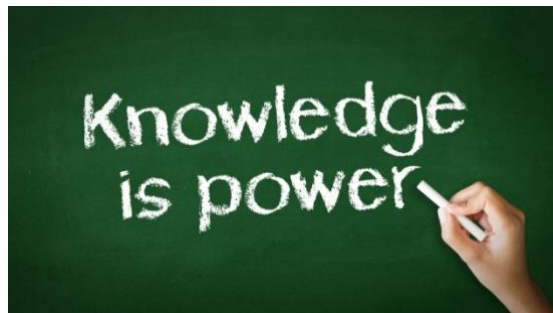
Antwort: B

**Wir freuen uns auf Ihre Fragen!**

Fragen vor Kursbeginn: [gorik.matthys@amc.or.at](mailto:gorik.matthys@amc.or.at)  
Fragen während des Kurses: [studienabteilung@amc.or.at](mailto:studienabteilung@amc.or.at)

Infos zur Bildungskarenz:  
<http://gesundheit-studium.at/bildungskarenz/>

**Wir wünschen viel Erfolg im Studium!**



**Auf zum nächsten Karrieresprung!**

Version: 1

