

Neuromarketing

Dozentin

Mag.^a Romana Sailer,
Psychologin, Betriebliche Gesundheitsmanagerin, Dipl.
Ernährungstrainerin



Fragenkatalog:

10 Multiple Choice Prüfungsfragen zur Stoffreflexion

1. Welche neurowissenschaftlichen Methoden unterstützen Neuromarketing?

- A. Lernmethoden
- B. Tiefenpsychologische Verfahren
- C. bildgebende Verfahren
- D. Gedächtnistests

Antwort: C

2. Wie viele verschiedene Emotionskategorien identifizierten Cowen & Keltner (2017) in ihrer Studie?

- A. 17
- B. 27
- C. 37
- D. 72

Antwort: B

3. Die Grundmotive im „Zürcher Modell der sozialen Motivation“ lauten: ...

- A. Ruhe, Aufregung, Antrieb
- B. Körper, Seele, Geist
- C. Kauf, Gebrauch, Verbrauch
- D. Sicherheit, Erregung, Autonomie

Antwort: D

4. Für das Modell von Häusel (2011/2014/2016) wurden 7 „Emotionstypen“ ermittelt. Bitte ergänzen Sie diese: Abenteurer, Performer, Disziplinierte, Traditionalisten, ...

- A. Modellierer, Kämpfer, Entspannte
- B. Beweger, Stagnierer, Orientierte
- C. Leistungsorientierte, Kontrollierte, Verspielte
- D. Harmonisierer, Offene, Hedonisten

Antwort: D

5. Welcher Sprache bedient sich Storytelling im Marketing und in der Werbung eher?

- A. Sprache der Unternehmenskommunikation
 - B. Fremdsprache
 - C. Gebärdensprache
 - D. Sprache der Unterhaltungsindustrie, wie z.B. kinematografische Codes
- Antwort: D

6. Was ist mit Differenzierung im Zusammenhang mit Markennetzwerken gemeint?

- A. Die Codes sprechen keine Motivprofile an.
 - B. Die Codes sprechen gleiche Motivprofile an.
 - C. Die Codes sprechen unterschiedliche Motivprofile an.
 - D. Die Codes werden willkürlich gewählt.
- Antwort: C

7. Der Brand Code-Management™-Prozess setzt sich zusammen aus ...

- A. Produktherstellung, Markenauftritt, Werbespots
 - B. Entwicklung von Messmethoden und Durchführung von Kontrollen
 - C. Produktaudit, Markenaudit, Wettbewerbsaudit
 - D. Mitarbeiter*innenanalyse und Organisationsstruktur
- Antwort: C

8. Für welche Altersgruppe sind Wellness, Haus und Garten besonders wichtig?

- A. ca. 16 bis 25
 - B. ca. 25 bis 30
 - C. ca. 30plus bis 40plus
 - D. ca. 40plus bis 60plus
- Antwort: D

9. Wie bezeichnet man endogene Opioide, die Wohlbefinden auslösen?

- A. Narkotika
 - B. Sedativa
 - C. Tranquilizer
 - D. Endorphine
- Antwort: D

10. Für welche Bereiche kann die Neuromarketing-Forschung auch von Nutzen sein?

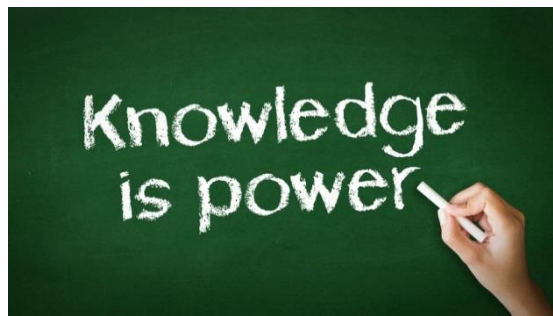
- A. Verbraucher*innenschutz, Gesundheitserziehung
 - B. Gesunden-Untersuchung
 - C. für Erholungsuchende
 - D. Erzeugung technischer Produkte
- Antwort: A

Wir freuen uns auf Ihre Fragen!

Fragen vor Kursbeginn: gorik.matthys@amc.or.at
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 Karrieresprung!

Version: 4

