

Bitte kreuzen Sie auf dem beigefügten Lösungsbogen genau eine Antwort pro Frage an!

1. Welche der folgenden Preiserhöhungen empfinden die Konsumenten nach dem Weber-Fechner'schen Gesetz als am größten?
 - a) eine Erhöhung um 0.10 Euro bei einem Preis von 0.29 Euro
 - b) eine Erhöhung um 0.50 Euro bei einem Preis von 1.00 Euro
 - c) eine Erhöhung um 10 Euro bei einem Preis von 25 Euro
 - d) eine Erhöhung um 100 Euro bei einem Preis von 400 Euro
 - e) eine Erhöhung um 200 Euro bei einem Preis von 600 Euro
 - f) c) und d)
 - g) keines von allem

2. Welche der folgenden intellektuellen Tätigkeiten erfolgt schwerpunktmäßig *nicht* in der linken Gehirnhälfte?
 - a) logisches Denken
 - b) Abstraktion
 - c) Konzeptualisierung
 - d) räumliche Vorstellung
 - e) a) und b)
 - f) a), b), c) und d)
 - g) keine

3. Nach dem Dreispeichermodell des menschlichen Gedächtnisses erfolgt die Aufnahme eines Reizes im
 - a) sensorischen Gedächtnis
 - b) Kurzzeitgedächtnis
 - c) Langzeitgedächtnis
 - d) a) und b)
 - e) in allen
 - f) in keinem

4. Gefühle und Emotionen, die durch einen Stimulus ausgelöst werden, heißen auch
 - a) affektive Reaktionen
 - b) Stimulationen
 - c) Simulationen
 - d) kognitive Reaktionen
 - e) unbewusste Reaktionen
 - f) sublimale Reaktionen
 - g) a), e) und f)
 - h) keines von alledem

5. Unter dem ‚impliziten Gedächtnis‘ versteht man
 - a) semantische Netzwerke
 - b) innere Bilder
 - c) Speicherung abstrakter Begriffe
 - d) Speicherung motorischer Fähigkeiten
 - e) (Handlungs-)Schemata
 - f) b) und e)
 - g) a), b), c), d) und e)
 - h) keines von alledem

6. Die Farbe ‚Blau‘ wird mit folgenden Inhalten assoziiert:
- stark
 - geistig
 - naturnah
 - rein
 - exklusiv
 - schüchtern
 - warm
 - b) und d)
 - keines von alledem
7. Das ‚Größe – Abstand‘ Invarianz-Prinzip der Wahrnehmung besagt, dass
- ein Objekt in Abhängigkeit von seiner Größe und seinem Abstand zum Betrachter unterschiedlich groß wahrgenommen wird.
 - der Betrachter das gleiche Objekt immer gleich groß wahrnimmt, solange sich seine Entfernung nicht allzu stark ändert.
 - der Betrachter das gleiche Objekt größer oder kleiner wahrnimmt, je nachdem, ob es näher oder weiter entfernt ist.
 - die wahrgenommene Größe eines bekannten Objektes unabhängig von seiner Entfernung zum Beobachter ist.
 - keines von alledem
8. Wenn es sich um privat konsumierte Luxusgüter handelt, ist der Einfluss von Referenzgruppen in der Regel
- auf die Produktwahl und die Markenwahl stark.
 - auf die Produktwahl und die Markenwahl schwach.
 - auf die Produktwahl stark, auf die Markenwahl schwach.
 - auf die Produktwahl schwach, auf die Markenwahl stark.
 - keines von alledem
9. Das Rollendreieck des Kaufentscheidungsprozesses beschäftigt sich mit
- der Entscheidungsfindung in der Familie (Vater, Mutter, Kind).
 - der Entscheidungsfindung bei sozial auffälligen Produkten (Anbieter, Konsument, Öffentlichkeit).
 - dem Einfluss der Kultur auf die geschlechtsspezifische Rolle als Konsument (Mann, Frau, Kultur)
 - dem Einfluss von Meinungsführern und Referenzgruppen auf die Konsumentensozialisation (Käufer, Meinungsführer, Referenzgruppen)
 - keines von alledem
10. Tonische Aktivierung ist:
- ein Synonym für allgemeine Aktivierung
 - ein Synonym für spezifische Aktivierung
 - ein Synonym für phasische Aktivierung
 - eine kurzfristige Aktivierungsschwankung
 - b) und d)
 - keines von alledem