



KLAUSUR: KÄUFERVERHALTEN SS98

PRÜFER: PROF. DR. B. ERICHSON

Als Hilfsmittel sind zugelassen: keine Hilfsmittel

Die folgenden Aufgaben sind alle zu bearbeiten. (Die Sollbearbeitungszeit ist für jede Aufgabe angegeben.)

Aufgabe 1 (10 Min.)

Was versteht man unter dem SOR-Paradigma der Konsumentenverhaltensforschung? Gehen Sie dabei auch auf das Problem der Operationalisierung und Validierung ein!

Aufgabe 2 (10 Min.)

Stellen Sie die Determinanten des Involvements dar und skizzieren Sie die Bedeutung dieses Konstrukts für das Käuferverhalten!

Aufgabe 3 (10 Min.)

- Erläutern Sie das Prinzip der emotionalen Konditionierung!
- Warum kommt der emotionalen Konditionierung in der Werbung eine zentrale Rolle zu?
- Bei der Verwendung von emotionalen Reizen in der Werbung kann es insbesondere bei Anzeigenmotiven zu unerwünschten Effekten kommen. Worin liegen diese Gefahren und wie kann man sie kontrollieren?

Aufgabe 4 (10 Min.)

Skizzieren Sie die grundlegenden Schritte zur Durchführung einer Einstellungsmessung mittels eines Multi-Attribut-Modells an einem selbstgewählten praktischen Beispiel! Wie erfolgt die Messung der kognitiven und wie der affektiven Komponente?

Aufgabe 5 (10 Min.)

Howard/Sheth unterscheiden drei Typen von Kaufentscheidungen. Zeigen Sie die Unterschiede zwischen den drei Typen für die einzelnen Stufen des Kaufentscheidungsprozesses und skizzieren Sie jeweils kurz die Bedeutung für das Marketing, Einfluß auf die Kaufentscheidung zu nehmen.

Aufgabe 6 (10 Min.)

- Erläutern Sie das Grundprinzip und das Analyseziel der Conjoint-Analyse!
- Skizzieren Sie die grundlegenden Schritte zur Durchführung einer Conjoint-Analyse! Gehen Sie insbesondere auf die Auswahl der Eigenschaften ein!