

Erreichte Punkteanzahl:

Thema :	Name:
Aufgabe 1:	Matr.Nr.:
<u>Aufgabe 2:</u>	Datum:
Gesamt:	

Fachprüfung - Masterstudienplan
Schwerpunktbereich „Spezielle Marketing & Int. Management“ -
Vertiefung/ Ergänz. Geb. Wahlfach (6 SStd.)
Univ.-Prof. Dr. Ralf Terlutter

Sie haben insgesamt 120min Zeit. Es sind ein Thema (60min) und zwei Aufgaben (60min/ pro Frage: 40/20 min) zu bearbeiten. Der Bearbeitung des Themas ist eine Gliederung voranzustellen.

I. Thema (60 Punkte):

Erläutern Sie das psychologische Konstrukt der Einstellung. Gehen Sie dabei auch ausführlich auf den Zusammenhang von Einstellung und Verhalten ein. Zeigen Sie auch verschiedene Möglichkeiten auf, wie Einstellungen gemessen werden können. Verdeutlichen Sie Ihre Ausführungen jeweils mit Beispielen aus dem Konsumentenverhalten.

II. Aufgaben (Bitte beantworten Sie alle 2 Fragen!)

Aufgabe 1 (40 Punkte): MIM-Vertiefung 1: Int. Konsumentenverhalten

Gehen Sie auf die Rolle des Sozialen Umfeldes im Kaufverhalten ein und erklären Sie: die Rolle der Familie und des Familienlebenszyklus, die Rolle von Kindern und die Rolle von Peers (Beeinflussen). Wie können Sie dieses Wissen in Ihre Marketingmaßnahmen im Handel miteinbeziehen (Ladengestaltung, Point of Sale Communication, Regalanordnungen etc.).

Aufgabe 2 (20 Punkte): MIM-Vertiefung 2: Kommunikationsmanagement

Erklären Sie ausführlich die Bedeutung von Schemata in der Informationsverarbeitung (Definition, Funktionen, etc.). Verdeutlichen Sie die theoretischen Ausführungen anhand von drei selbstgewählten Beispielen aus der Werbung. (20 Punkte)

Viel Erfolg