

## **BWL des Handels 2 – Informationsgrundlagen des Handelsmarketing (IGHMK)**

### **Klausurenübung Sommersemester 2009**

#### **Aufgaben zu den Gliederungspunkten 1 bis 3**

##### **Aufgabe 1: Wissenschaftsziele und Modelle**

Schildern Sie, welche Wissenschaftsziele die Käuferverhaltensforschung verfolgt und mit welchen Arten von Modellen sie wissenschaftliche Fragestellungen lösen kann! Verdeutlichen Sie Ihre Aussagen an einem von Ihnen gewählten Modell!

##### **Aufgabe 2: Theoretische Aussagen**

Beschreiben Sie zunächst, was man unter theoretischen Aussagen versteht! Erläutern Sie anschließend a) allgemein und b) an einem Beispiel das Hempel-Oppenheim-Schema!

##### **Aufgabe 3: Theoretisches Konstrukt**

Erläutern Sie, was man in der Käuferverhaltensforschung unter einem theoretischen Konstrukt versteht und welche Anforderungen bei seiner Messung zu beachten sind! Verdeutlichen Sie Ihre Aussagen am Beispiel des Konstruktes „Kaufmotiv“!

##### **Aufgabe 4: Einstellungen**

Zeigen Sie die Unterschiede in der Messung der Einstellung in den Modellen von TROMMSDORFF und von FISHBEIN auf!

##### **Aufgabe 5: Kognitive Konstrukte und Prozesse**

Stellen Sie zunächst am Drei-Speicher-Modell von TROMMSDORFF dar, was man unter Informationsaufnahme (Reizung), Informationsverarbeitung (Wahrnehmung) und Informationsspeicherung versteht! Ordnen Sie anschließend den Vorgang der klassischen Konditionierung ein!