

marketing⁺

UNIVERSITÄT SIEGEN

Wintersemester 19/20

- Käuferverhalten -

Übung 6

Übersicht

- Termine* -

- 22.10.2019 Übung 1 - Grundlagen
- 05.11.2019 Übung 2 - Verhaltenswissenschaftliche Ansätze
- 19.11.2019 Übung 3 - Psychologische Erklärungsansätze
- 03.12.2019 Übung 4 - Psychologische Erklärungsansätze
- 17.12.2019 entfällt
- 07.01.2020 Übung 5 - Typen von Kaufentscheidungen
- 14.01.2020 Übung 6 - Kognitive Prozesse und Zustände
- 28.01.2019 Übung 7 - Klausurvorbereitung

Dienstags, 14-tägig jeweils von 14:00 – 16:00 Uhr, US-F 304

* Inhalte unter Vorbehalt

Aufgabe 1

Was versteht man unter **Kognitionen**? **Definieren** Sie hierzu den Begriff und **gehen** Sie auf die **Phasen des Informationsverarbeitungsprozesses ein**.

Kognitionen:

Phasen des Informationsverarbeitungsprozesses

- .
- .
- .

Informationsaufnahme

Der Bereich der Informationsaufnahme umfasst alle Vorgänge bis zur Übernahme von Reizen bzw. Informationen in den zentralen Prozessor (Kurzzeitspeicher bzw. -gedächtnis), wo die eigentliche kognitive Verarbeitung stattfindet, d.h. es werden nur jene Reize betrachtet, die vom sensorischen Speicher (SIS) in den Kurzzeitspeicher (KZS) gelangen.

Informationsverhalten der Konsumenten

-
-
-

- **Informationsaufnahme** (Wahrnehmung)
- **Informationsverarbeitung** (Wahrnehmung, Denken, Entscheiden)

-

-

-

Aufgabe 2

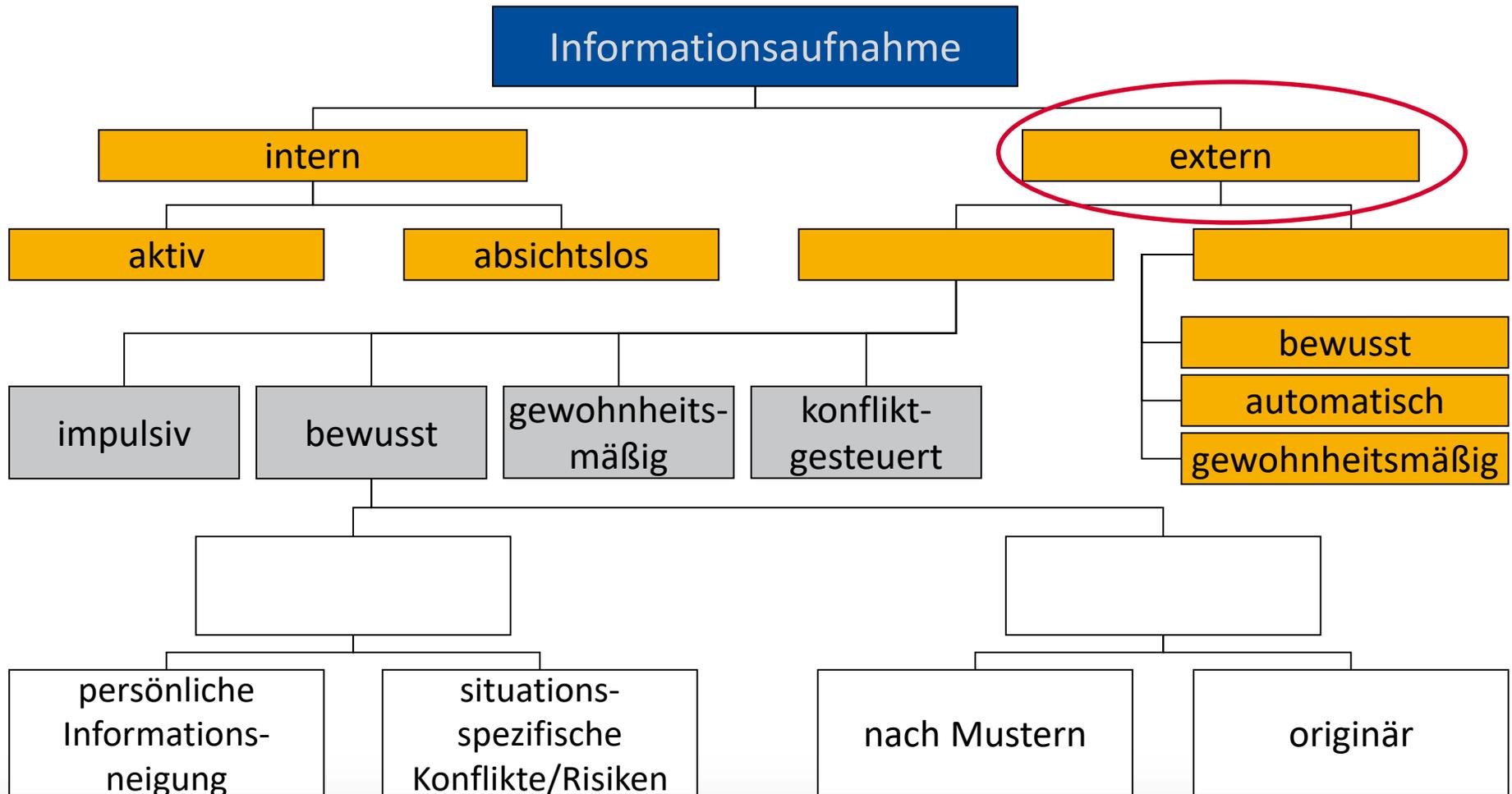
Nehmen Sie **kritisch** zu der Aussage Stellung, dass **jedes Verhalten kognitiv gesteuert** sei.

Aufgabe 3

Beschreiben Sie im Rahmen der Phase der Informationsaufnahme die **interne und externe Informationssuche**. Gehen Sie bei der **externen Informationssuche** auf **zwei Suchstrategien** sowie die **Dimensionen** der externen Suche ein.

Der Bereich der Informationsaufnahme umfasst ...

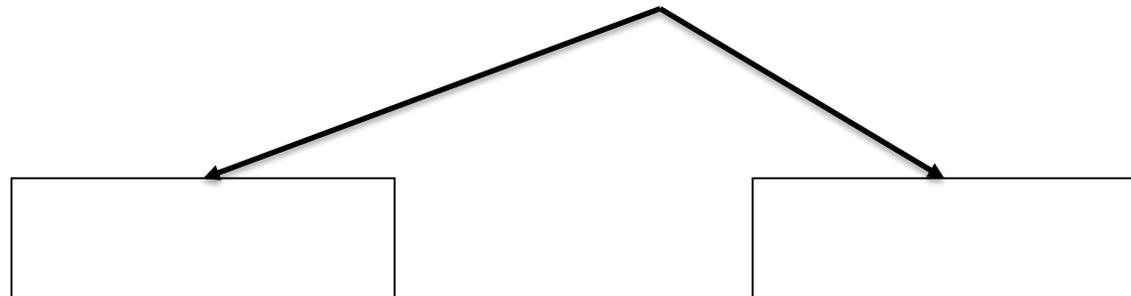
Arten der Informationsaufnahme von Konsumenten



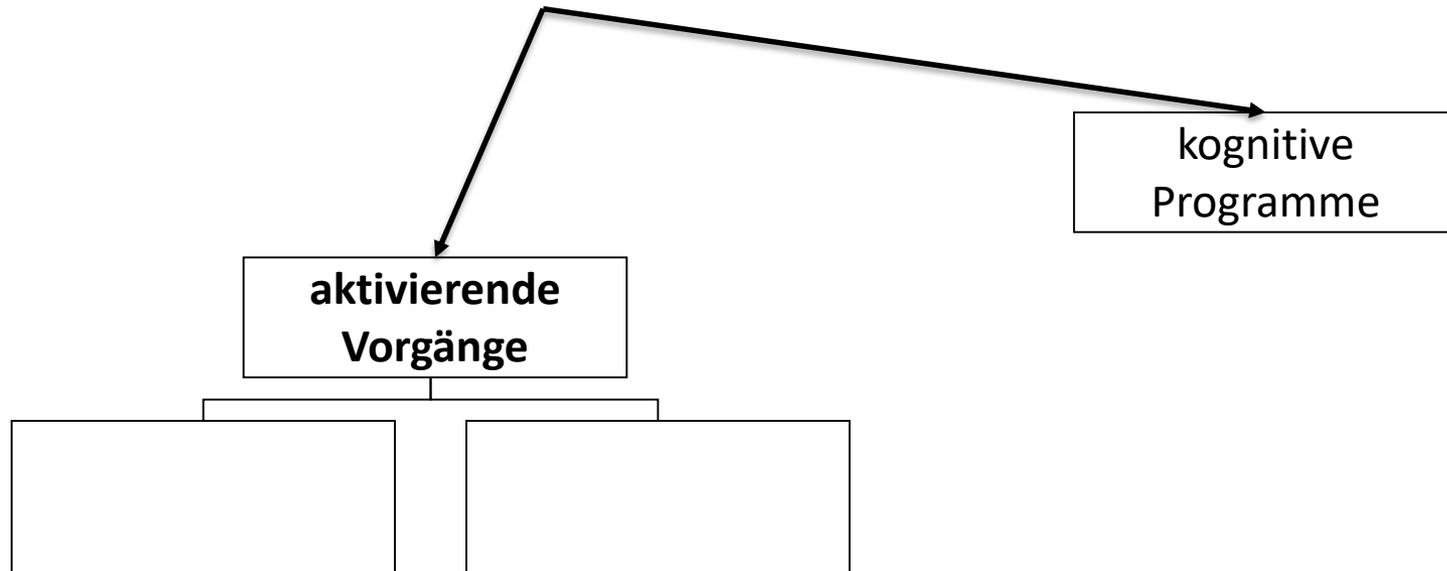
Quelle: Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein 2009, S. 300.

- **Extern passiv:**

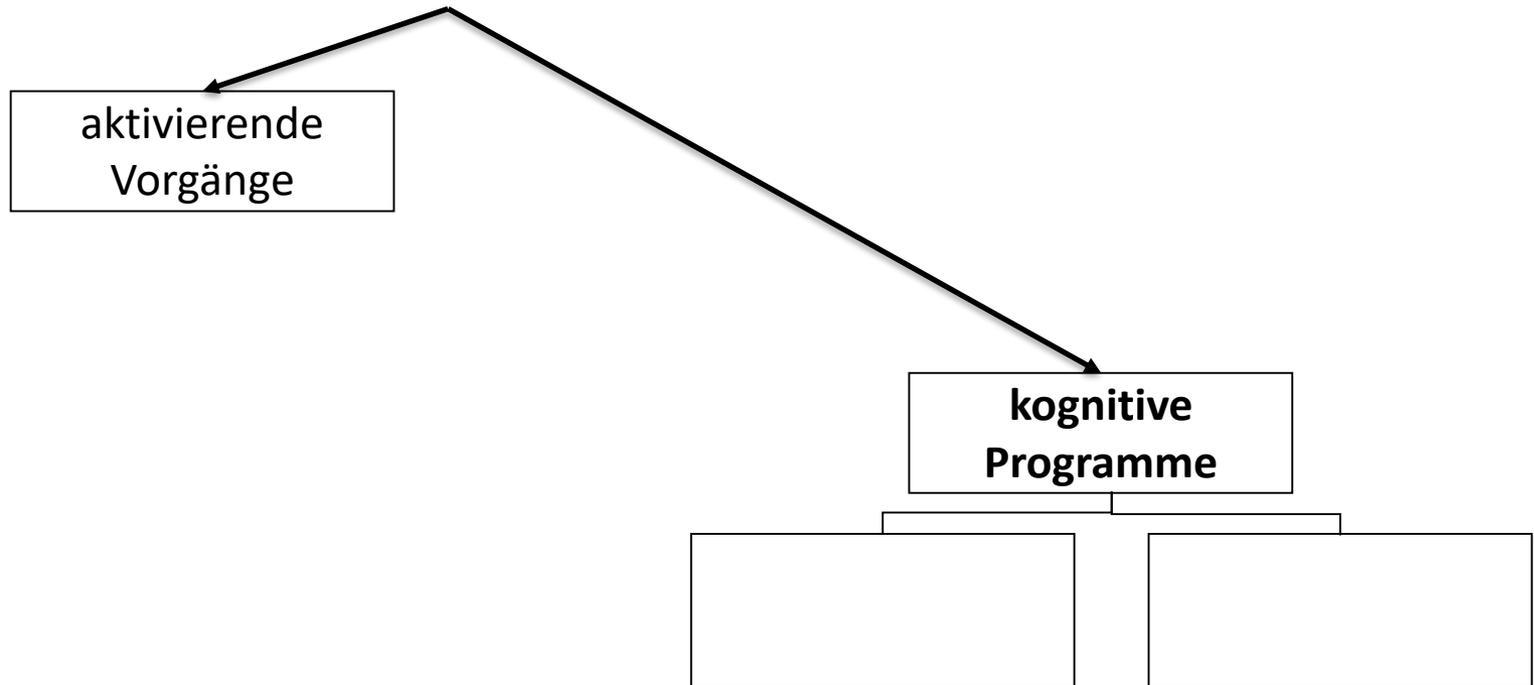
- **Extern aktiv:**



- **Extern aktiv:** bewusst



- **Extern aktiv:** bewusst



Dimensionen der externen Suche

<ul style="list-style-type: none"> ■ Wie viele Marken werden in Erwägung gezogen? ■ Wie viele Produktattribute werden in die Suche einbezogen? ■ Wie viele Informationsquellen werden genutzt? 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Welche Marken werden in Erwägung gezogen ■ Welche Geschäfte werden besucht/kontaktiert? ■ Welche Produktattribute werden einbezogen? 	<ul style="list-style-type: none"> ■ In welcher Reihenfolge werden Marken erwogen/Geschäfte besucht/kontaktiert? ■ In welcher Reihenfolge werden die Produktattribute verarbeitet? ■ In welcher Reihenfolge werden Informationsquellen genutzt?
---	--	--

Quelle: Foscht/Swoboda 2007, S. 81.

Aufgabe 4

Erläutern Sie, wie die Informationsaufnahme von Konsumenten im Marketing berücksichtigt werden kann. Fokussieren Sie dabei Ihre Ausführungen auf die Möglichkeiten am Point of Sale.

