

Course Description

Bachelor of Arts in Business Administration

Lehrveranstaltung (Bezeichnung):	Marktpsychologie
Zuständiger Professor:	-
Lehrender:	Tobias Keil
Semester:	jedes Semester
SWS:	4
Art der Prüfung	Klausur
Form der Prüfung	Klausur, 120 min
Lernziele: Sehr gutes Verständnis grundlegender psychologischer Theorien und Modelle zu den Themen Emotionen, Wahrnehmung, Motivation, Informationsverarbeitung (etc. s.u.) und deren Anwendung im Bereich Werbung, Marketing/Markenführung, Marktforschung.	
Lerninhalte: Kognitionstheorien - Soziale Wahrnehmung und Urteilsbildung, Theorie sozialer Vergleiche, die Theorie kognitiver Dissonanz und Reaktanz, Attributionstheorien, Cognitive Response und Theorien zur Informationsverarbeitung, Urteilsheuristiken, Entwicklungspsychologische Aspekte, Persönlichkeitstheorien, Wahrnehmungspsychologie, Lerntheorien, Motivation, Emotionen, Einführung in die qualitative Marktforschung, implizite Methoden und psychologische Markenführung.	
Literaturhinweise: <ul style="list-style-type: none">• Raab / Unger / Unger: Marktpsychologie, Gabler• Holzmüller / Buber: Qualitative Marktforschung, Gabler• Naderer / Balzer: Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis, Gabler• Esch: Strategie und Technik der Markenführung, Vahlen• Florack / Scarabis: Psychologie der Markenführung, Vahlen• Meffert / Burmann: Markenmanagement, Gabler• Bruhn / Köhler: Wie Marken wirken, Vahlen	