

Themenpools WPF Psychologie

- Werbepsychologie
 - (1) Allgemeines
 - i. Ziel und Zweck von Werbung
 - ii. Modelle der Werbewirkung
 - iii. Werbeformen

 - (2) Prinzipien der Kaufentscheidung
 - i. Arten des Kaufs
 - ii. Mittel der Beeinflussung (Geschichten, Einstellungsänderung, ...)

 - (3) Gestaltung der Werbung
 - i. Formale Gestaltung
 - ii. Inhaltliche Gestaltung

- Experimente in der Psychologie
 - (4) Theorie
 - i. Experimentarten
 - ii. Bestandteile eines Experiments
 - 1. Hypothesen, Variablen, Störvariablen
 - 2. Untersuchungsdesign

 - (5) Experimente
 - iii. Experimente bis 1925
 - iv. Experimente bis 1950
 - v. Experimente bis 1975
 - vi. Experimente bis 2000

 - (6) Ethik in Experimenten
 - vii. Grundsätze
 - viii. Verstöße
 - ix. Kosten-Nutzen

- Entwicklungspsychologie
 - (7) Biologische Voraussetzungen
 - i. Embryo bis Schuleintritt
 - ii. Gehirnentwicklung Entwicklung der Sinnessysteme
 - iii. Meilensteine des Spracherwerbs
 - iv. Entwicklung der Wahrnehmung und des Erkennens

(8) Emotionen

- v. Bindungsverhalten
- vi. Entwicklung von Emotionen und Motiven

- Kommunikationspsychologie

(9) Kommunikationsmodelle

- i. Schulz von Thun
- ii. Grice
- iii. Rogers
- iv. Watzlawick
- v. Shannon und Weaver
- vi. Integratives Modell nach Hargie et al.

(10) Formen von Kommunikation

- vii. Verbale Kommunikation
- viii. Nonverbale Kommunikation