

# Literatur

- ALBERT, H. 1973: Probleme der Wissenschaftslehre in der Sozialforschung. In: KÖNIG, R. (Hg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung, Bd. 1, Stuttgart, S. 57-102
- ANDERSON, J. R. 1996: Kognitive Psychologie. Heidelberg/Berlin/Oxford
- ANGERMEIER, W. F. u.a. 1984: Lernpsychologie. München/Basel
- AUSUBEL, D. P. 1974: Psychologie des Unterrichts. Weinheim
- BANDURA, A. 1976: Lernen am Modell. Ansätze zu einer sozial-kognitiven Lerntheorie. Stuttgart
- BANDURA, A. u. WALTERS, R. 1963: Social learning and personality development. New York
- BEDNORZ, P. 1984: Klassisches Konditionieren. In: ANGERMEIER, W. F. u.a.: Lernpsychologie, München, S. 43-52
- BEELICH, K. H. u. SCHWEDE, H.-H. 1991: Denken-Planen-Handeln. Würzburg
- BEINGHAUS, E. 1994: Didaktisches Fragezeichen am Multimediahimmel. In: BECK, U. u. SOMMER, W. (Hg.): Learntec 93 – Europäischer Kongress für Bildungstechnologie und betriebliche Bildung, Berlin, S. 137-141
- BIRKENBIHL, V. F. 1997: Stroh im Kopf. Gebrauchsanleitung fürs Gehirn. Speyer
- BLUMSTENGEL, A. 1998: Entwicklung hypermedialer Lernsysteme. Berlin
- BREZINKA, W. 1981: Grundbegriffe der Erziehungswissenschaft. München
- BRUNER, J. S. 1973: Der Prozess der Erziehung. Düsseldorf
- BUZAN, T. 1993: Kopptraining. Anleitung zum kreativen Denken. München
- BUZAN, T. 1994: Nichts vergessen. Kopptraining für ein Supergedächtnis. München
- CSIKSZENTMIHALYI, M. 1975: Beyond boredom and anxiety. San Francisco
- COREN, S. 1972: Subjective contours and apparent depth. In: Psychological Review, 79, S. 3359-367
- CRAIK, F. I. M. u. LOCKHART, R. S. 1972: Levels of processing: Evidence of pronoun's influence on a syntactic decision that affects naming. In: Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, H. 11, S. 671-684
- DAHMER, H. u. DAHMER, J. 1998: Effektives Lernen. Leichter merken – besser behalten. Bindlach
- DICKREITER, M. 1987: Handbuch der Tonstudientechnik. München
- DIEKHOF, R. 1997: Der Kampf ums tägliche Bier. In: Werben & verkaufen, H. 14, S. 72-74
- EDELMANN, W. 1993: Lernpsychologie. Weinheim
- ERICKSON, H. M. 1938: Negation or reversal of legal testimony. In: Archives of Neurology and Psychiatry, H. 40, S. 548-553

- FELSER, G. 1997: Werbe- und Konsumentenpsychologie. Stuttgart
- FISCHER, E. P. 1994: Die Wege der Farben. Konstanz
- FLADE, A. u. KALWITZKI, K.-P. 1985: Wahrnehmungspsychologie, Kurseinheit 1. Hagen
- FRANKE, J. u. KÜHLMANN T. M. (Hg.) 1990: Psychologie für Wirtschaftswissenschaftler. Landsberg am Lech
- FREUD, S. 1988: Massenpsychologie und Ich-Analyse. Frankfurt am Main
- FRIELING, H. 1980: Farbe hilft verkaufen. Farbenlehre und Farbenpsychologie für Handel und Werbung. Göttingen/Zürich
- FRUTIGER, A. 1998: Der Mensch und seine Zeichen. Wiesbaden
- GAGNE, R. M. 1969: Die Bedingungen des Lernens. Hannover
- GARDNER, M. B. u. GARDNER, R. S. 1973: Problem of localization in the median plane: Effect of pinnae cavity occlusion. In: Journal of the Acoustical Society of America, H. 53, S. 400-408
- GERSTENMAIER, J. u. MANDL, H. (1995): Wissenserwerb unter konstruktivistischer Perspektive. In: Zeitschrift für Pädagogik, H. 6, S. 867-888
- GIBSON, E. J. 1973: Die Wahrnehmung der visuellen Welt. Weinheim
- GILLAM, B. 1986: Geometrisch-optische Täuschungen. In: Spektrum der Wissenschaft: Wahrnehmung und visuelles System. Heidelberg
- GLASERSFELD, E. v. 1992: Konstruktion der Wirklichkeit und des Begriffs Objektivität. In FOERSTER, H. v., GLASERSFELD, E. v. u. HEIJL, P. M.: Einführung in den Konstruktivismus, München/Zürich, S. 9-39
- GOLDSTEIN, E. B. 1997: Wahrnehmungspsychologie. Heidelberg/Berlin/Oxford
- GRANDJEAN, E. 1967: Ermüdung und Leistungsbereitschaft. In: Naturwissenschaftliche Rundschau, H. 20, S. 511-518
- GÜNTHER, J. u.a. 1998: Sozialforschung im Internet. Krems
- HÄBERLE, E. 1999: Forever young. In: Werben & verkaufen compact, H. 1-2, S. 8-9
- HAJOS, A. 1991: Einführung in die Wahrnehmungspsychologie. Darmstadt
- HASEBROOK, J. 1995: Multimedia-Psychologie. Heidelberg/Berlin/Oxford
- HAUBL, R. 1987: Einstellung. In: GRUBITZSCH, S. u. REXILIUS, G. (Hg.): Psychologische Grundbegriffe, Reinbek, S. 251-257
- HECKHAUSEN, H. 1972: Die Interaktion der Sozialisationsvariablen in der Genese des Leistungsmotivs. In: GRAUMANN, C. F. u.a. (Hg.): Sozialpsychologie (Handbuch der Psychologie, Bd. 7, 2. Halbband), Göttingen, S. 955-1019
- HECKHAUSEN, H. 1986: Motive und ihre Entstehung. In: WEINERT, E. u.a. (Hg.): Pädagogische Psychologie, Bd. 1, Frankfurt, S. 133-172
- HECKHAUSEN, H. 1989: Motivation und Handeln. Berlin/Heidelberg/New York

- HELLER, E. 1998: Wie Farben wirken. Reinbek bei Hamburg
- HERRMANN, N. 1997: Das Ganzhirn-Konzept für Führungskräfte. Wien
- HÖGER, D. 1978: Einführung in die pädagogische Psychologie. Stuttgart
- HOLZINGER, A. 2001: Basiswissen Multimedia. Band 2: Lernen. Würzburg
- HÜBNER, P. 1980: Einführung in die Methodenlehre der Psychologie. Darmstadt
- HUDSON, W. 1960: Pictorial depth perception in subcultural groups in Africa. In: Journal of Social Psychology, H. 52, S. 183-208
- INGLEHART, R. 1989: Kultureller Umbruch – Wertewandel in der westlichen Welt. Frankfurt
- JENCKS, Ch. 1990: Was ist Postmoderne? Zürich/München
- JONASSEN, D. H., PECK, K. L. u. WILSON, B. G. 1999: Learning With Technology. A Constructivist Perspective. Upper Saddle River
- KAISER, A. u. KAISER, R. 1991: Studienbuch Pädagogik. Frankfurt a.M.
- KANDINSKY, W. 1955: Punkt und Linie zu Fläche. Bern
- KEBECK, G. 1997: Wahrnehmung. Weinheim/München
- KERRES, M. 1998: Multimediale und telemediale Lernumgebungen. München/Wien
- KHAZAEI, C. D., TERSTEGGE, Ch., u. KREFELD, G. 2000: Multimedia mit Director 8. Reinbek bei Hamburg
- KLIVITS, T. 1994: Eine kurze Geschichte der Psychologie. Düsseldorf/Wien
- KLIMSA, P. 1993: Neue Medien und Weiterbildung: Anwendung und Nutzung in Lernprozessen der Weiterbildung. Weinheim
- KLIMSA, P. 1997: Multimedia aus psychologischer und didaktischer Sicht. In: ISSING L. W. u. KLIMSA, P. (Hg.): Information und Lernen mit Multimedia, Weinheim, S. 7-24
- KROEBER-RIEL, W. 1993: Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze. Stuttgart/Berlin/Köln
- KROEBER-RIEL, W. u. MEYER-HENTSCHEL, G. 1982: Werbung. Steuerung des Konsumentenverhaltens. Heidelberg
- KROEBER-RIEL, W. u. WEINBERG, P. 1996: Konsumentenverhalten. München
- KUHLEN, V. 1972: Verhaltenstherapie im Kindesalter. München
- LEFRANCOIS, G. R. 1994: Psychologie des Lernens. Berlin/Heidelberg
- LEHNER, M. u. ZIEP, K.-D. 1997: Phantastische Lernwelten. Vom „Wissensvermittler“ zum „Lernhelfer“. Weinheim
- LEITNER, S. 1982: So lernt man lernen. Freiburg/Basel/Wien

- LEWALTER, D. 1997: Kognitive Informationsverarbeitung beim Lernen mit computerpräsentierten statischen und dynamischen Illustrationen. In: Unterrichtswissenschaft. Zeitschrift für Lernforschung, H. 3, S.197-206
- LEWIN, K. 1975: Die Lösung sozialer Konflikte. Bad Nauheim
- LINDSAY, P. H. u. NORMAN, D. A. 1981: Einführung in die Psychologie – Informationsaufnahme und -verarbeitung beim Menschen. Heidelberg
- LÜCK, H. E. 1987: Wolfgang Köhler. Begleittext. Hagen
- LÜCK, H. E., RIPPE, H.-J. u. TIMAEUS, E. 1984: Einführung in die Psychologie. Hagen
- MANDL, H. Gruber, H. u. RENKL, A. 1997: Situiertes Lernen in multimedialen Lernumgebungen. In: ISSING, L. W. u. KLIMSA, P. (Hg.): Information und Lernen mit Multimedia, Weinheim, S. 168-178
- MANN, L. 1987: Sozialpsychologie. München/Weinheim
- MANZ, W. 1987: Einstellungen und Einstellungsänderungen. Hagen
- MASLOW, A. H. 1996: Motivation und Persönlichkeit. Reinbek bei Hamburg
- MAYER, H. 1993: Werbepsychologie. Stuttgart
- MAYER, H. O. 1997: Einsatz erweiterter Lehr- und Lernformen. In: Erziehung und Unterricht, H. 10, S. 1165-1176
- MAYER, H. O. u. TREICHEL, D. 2004: Handlungsorientiertes Lernen und eLearning. München/Wien
- MEMMERT, W. 1983: Didaktik in Graphiken und Tabellen. Bad Heilbrunn/Obb.
- METZIG, W. u. SCHUSTER, M. 1996: Lernen zu lernen. Berlin/Heidelberg
- MURCH, G. M. u. WOODWORTH, G. L. 1978: Wahrnehmung. Stuttgart
- NEISSER, U. 1974: Kognitive Psychologie. Stuttgart
- NEISSER, U. 1996: Kognition und Wirklichkeit. Stuttgart
- NERDINGER, F.W. 1996: Strategien der Werbung. Vom Auftrag über die Gestaltung zur Entscheidung. In: BÄUMLER, S. (Hg.): Die Kunst zu Werben. Das Jahrhundert der Reklame. München
- NEUMANN, J. u. TIMPE, K.-P. 1976: Psychologische Arbeitsplatzgestaltung. Berlin
- O'SHAUGHNESSY, J. 1987: Why people buy. New York
- OSTERKAMP, U. 1986: Motivation. In: REXILIUS, G. u. GRUBITZSCH S. (Hg.): Psychologie. Theorien-Methoden-Arbeitsfelder, S. 362-380
- PAECHTER, M. 1997: Auditive und visuelle Texte in Lernsoftware. In: Unterrichtswissenschaft. Zeitschrift für Lernforschung, H. 3, S.197-206
- PFANNEMÜLLER, J. 1998: Begeisterung wirkt. In: Werben und Verkaufen, H. 44, S. 122-123

- PFLAUM, D. 1993: Ausgewählte Werbemittel und Gestaltungsansätze. In: BERNDT, R. u. HERMANN, A. (Hg.): Handbuch Marketing-Kommunikation. Strategien, Instrumente, Perspektiven. Wiesbaden, S. 333-352
- PREGLAU, M. u. RICHTER, R. (Hg.) 1998: Postmodernes Österreich? Konturen des Wandels in Wirtschaft, Gesellschaft, Politik und Kultur. Wien
- RECHTIEN, W. 1986: Ganzheits-, Gestalt- und Feldtheorie. In: REXILIUS, G. u. GRUBITZSCH, S. (Hg.): Psychologie. Theorien-Methoden-Arbeitsfelder, Reinbek, S. 476-496
- REINMANN-ROTHMEIER, G. MANDL, H. u. PRENZEL, M. 1994: Computerunterstützte Lernumgebungen. Planung, Gestaltung und Bewertung. Erlangen
- ROSENSTIEL, L. von u. KIRSCH, A. 1996: Psychologie der Werbung. Rosenheim
- RÜCKRIEM, G./STARY, J. u. FRANCK, N. 1997: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. Paderborn
- SCHANDA, F. 1994: Multimedia und Lernen. In: BECK, U. u. SOMMER, W. (Hg.): Leamtac 93 – Europäischer Kongress für Bildungstechnologie und betriebliche Bildung, Berlin, S. 129-135
- SCHAPER, N., SONNTAG, K., ZINK, T. u. SPENKE, H. 2000: Authentizität und kognitive Modellierung als Gestaltungsprinzip eines Diagnose CBT. In: Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie, H. 4, S. 209-220
- SCHNIERER, T. 1999: Soziologie der Werbung. Opladen
- SCHNOTZ, W. 1997: Wissenserwerb mit Diagrammen und Texten. In: ISSING, L. W. u. KLIMSA, P. (Hg.): Information und Lernen mit Multimedia, Weinheim, S. 85-105
- SCHRÖTER, R. 1997: Synergie oder Sünde? In: Werben & verkaufen, H. 13, S. 78
- SCHULMEISTER, R. 1997: Grundlagen hypermedialer Lernsysteme. München/Wien
- SCHUSTER, M. 1984: Textlernen. In: ANGERMEIER, W.F. u.a.: Lernpsychologie, München, S. 149-175
- SEEL, N. M., AL-DIBAN, S., HELD, S. u. HESS, C. 1998: Didaktisches Design multimedialer Lernumgebungen. In: Dörr, G. u. JÜNGST, K. L. (Hg.): Lernen mit Medien, Weinheim/München, S. 87-119
- SPADA, H. 1976: Modelle des Denkens und Lernens. Ihre Theorie, empirische Untersuchungen und Anwendungen in der Unterrichtsforschung. Bern/Stuttgart/Wien
- TAUSCH, R. u. TAUSCH, A.-M. 1979: Erziehungspsychologie. Begegnung von Person zu Person. Göttingen
- TULODZIECKI, G. 1996: Lehr-/lerntheoretische Konzepte und Software-Entwicklung. In: Heinz Nixdorf Stiftung (Hg.): Neue Medien in den Schulen. Projekte – Konzepte – Kompetenzen, Gütersloh, S. 41-54
- ULICH, D. 1993: Einführung in die Psychologie. Stuttgart
- VILMAR, F. u. KIBLER, L. 1982: Arbeitswelt: Grundriss einer kritischen Soziologie der Arbeit. Opladen
- WATSON, J. B. 1968: Behaviorismus. Köln
- WEBERS, J. 1989: Tonstudioteknik. München

- WEIDENMANN, B. 1997: „Multimedia“: Mehrere Medien, mehrere Codes, mehrere Sinneskanäle? In: Unterrichtswissenschaft. Zeitschrift für Lernforschung, H. 3, S.197-206
- WEINER, B. 1976: Attributionstheoretische Analyse von Erwartung x Nutzen-Theorie. In: SCHMALT, H.-D. u. MEYER, W.-U. (Hg.): Leistungsmotivation und Verhalten. Stuttgart, S. 81-100
- WEISS, R. 1991: Kindheit und Jugend. Eine Entwicklungspsychologie. Innsbruck
- ZELAZNY, G. 1999: Wie aus Bilder Zahlen werden. Der Weg zur visuellen Kommunikation. Wiesbaden
- ZIELINSKI, J. u. SCHÖLER, W. 1965: Methodik des programmierten Unterrichts. Ratingen
- ZYGOWSKI, H. 1986: Einzeltherapie. In: REXILIUS, G. u. GRUBITZSCH, S. (Hg.): Psychologie. Theorien-Methoden-Arbeitsfelder, Reinbek, S. 201-222
- ZIMBARDO, P. G. 1983: Psychologie. Berlin/Heidelberg
- ZWIMPFER, M. 1994: 2d Visuelle Wahrnehmung. Sulgen

# Sachregister

- absolutes Gehör 75
- additive Farbmischung 48
- AIDA-Regel 171
- akustische Maskierung 68
- Anspruchsniveau 86
- Amplitude 63
- Arbeitsrhythmus 159
- Assimilationseffekt 57, 60
- Aufmerksamkeit 116, 125f., 143, 146, 154, 162, 163
- autokinetisches Phänomen 62
  
- Bedürfnispyramide 86
- Behaviorismus 19ff., 84, 104-117, 174, 178
- Bekräftigung 89, 108
- Belohnung 7, 20, 25, 89, 93f., 112, 116, 119, 127, 157, 160, 197
- Bestrafung 20, 25, 89, 110, 112, 114ff., 127
- Bewegungsparallaxe 45
- Bilder 152, 153, 161ff.
- Black Box 23
- Blinder Fleck 36
  
- Cortex 37, 132
- chunk 144, 145
  
- Dezibel 67
- Diagramme 164f.
- DOPPLER-Effekt 64
- Dreispichermodell 142f., 146
- Duplextheorie 79
  
- Echo 79
- Einschwingzeit 66
- Einsicht 16, 120, 122ff.
- Einstellung 169f., 177, 179, 188, 194, 199ff.
- Einstellungsbeeinflussung 173
- Erlebnisorientierung 176f., 190
- Emotionen 83, 85, 93, 99, 105, 107, 116, 140, 146, 180, 188ff., 194f., 203
- erfolgsmotiviert 90, 92
- Erwartungs-Wert Modell 93
- Experiment 6, 9, 11f., 16, 18, 22ff., 26, 47, 77, 79, 107, 114, 118ff., 138, 194, 196
- Extinktion 109
  
- Farben 48ff.
  - kalte 51
  - leichte 52
  - perspektivische Wirkung 52
  - psychologische Wirkung 50ff.
  - schwere 52
  - warme 51
- Farbenkreis 49
- Farbgestaltung
  - kreative 54f.
- FECHNERSches Gesetz 10, 66, 70
- Feldtheorie 16ff., 27, 91
- Figur-Grund 16, 40, 185
- Flow 95f.
- Flow-Kanal 96
- FOURIER-Transformation 64
- Frequenz 63f., 68, 70, 73f., 77ff.
- Führungsstile 18f.
- Furcht vor Misserfolg 90, 92ff.
- Furchtkonditionierung 23
  
- Gedächtnis 12f., 19, 42, 50, 122f., 126, 137ff., 151ff.
- Gedächtnisfarben 50
- Gedächtnispsychologie 12, 171
- Gegenkonditionierung 23f.
- Gehörknöchelchen 64f.
- Gelber Fleck 35
- gesättigte Märkte 99, 169, 173, 176f., 184, 190, 198
- Gestaltgesetze 14f., 38f., 73, 122, 164, 186
- Gestaltpsychologie 13ff., 27, 62, 75, 120ff., 167
- Größenkonstanz 45ff.
- Grundwelle 69
- Grundton 69, 73
  
- Haarzellen 65f.
- Halluzinationen 57f.
- Haloeffekt 56
- Handlungslernen 134f.
- Helligkeit 45, 69, 80
- Hemmung
  - proaktive 142, 160
  - retroaktive 142, 160
- HERINGsches Gitter 36
- HERMANN-Gitter 36
- hierarchischer Abrufplan 155f.
- Hintergrundmusik 75
- Hinweisreize 41, 44ff., 59
- Hirnhemisphären 137
- Hoffnung auf Erfolg 90, 92ff.
- Hörbereich 66f.

## Hören

- einohriges 79
- räumliches 76ff.
- hypothetisches Konstrukt 83, 85, 102, 142, 178f.

## Image 194, 199f.

- induzierte Bewegung 62
- Informationsverarbeitung 28ff., 64, 103, 127ff., 136, 138, 143, 147, 158, 162, 186, 188, 192f.
- Informationsverarbeitungsansatz 28
- Innenohr 64, 66
- Instrumentalitätsmodell 98, 182
- Intensität 76f.
- Intensitätsunterschiede 76ff.
- intervenierende Variable 24, 103, 118, 179
- Introspektion 11f., 22, 139
- Involvement 173f., 191, 193, 196, 202

## Jordankurve 16f.

- Kausalattribution 90, 94
- Kindchenschema 56, 187, 195
- Klangfarbe 73, 74, 76, 78, 80
- Kodierung 28, 126, 132, 134, 136f., 152, 161f., 165
- Kognition 27, 30, 103, 118, 119, 128
- kognitive Dissonanz 27, 202f.
- kognitive Landkarte 118f.
- kognitive Strukturen 32, 119, 128f.
- kognitive Wende 26
- Komplementärfarben 48ff.
- Konditionierung 22f., 107, 109, 190, 194ff.
  - emotionale 194, 197
  - höherer Ordnung 108f., 195
  - klassische 20f., 104ff., 110, 113, 156, 193f., 196
  - operante 25, 84, 113ff., 197
  - verzögerte 107, 195
- Konsumbedürfnisse 87, 97
- Kontextinformation 44, 72
- Kontrasteffekt 57, 60
- Konzentration 151, 159
- Korrekturmechanismen 57, 59
- künstliche Intelligenz 30
- Konstruktivismus 8, 31f., 103, 147ff.
- Kurzzeitgedächtnis 143f., 152

## Langzeitgedächtnis 142, 145f., 152, 155

- laterale Hemmung 36, 49 58f.
- Laufzeit 76ff.
- Lautstärke 63, 66, 68, 76, 80
- Lebensraum 16
- Leistungsmotiv 18, 89f.
- Leistungsmotivation 91f.
- Lernen
  - Definition 102
  - ganzheitliches 136

- mechanisches 129, 139f., 142
- sinnvolles 129ff.

- Lernkartei 152
- Lern-Larry 155
- Lernprogramm 152ff.
- Lernstoffverteilung 159
- Lerntypen 158
- Locitechnik 153
- Lokomotion 17
- Löschung 109, 115
- Luftperspektive 45, 46

## Marketinginstrumente 170

- Melodie 13f., 77ff.
- Memorieren 143, 145ff.
- Merkmalsanalyse 43f., 72
- Mindestschalldruck 66
- Mind-Map 156ff.
- misserfolgsmotiviert 90
- Mittelohr 64
- Mnemotechnik 136f., 153
- Modelllernen 124, 126ff., 193, 197f.
- Motivation 18, 83ff., 91ff., 151, 157
  - extrinsische 93ff.
  - in der Werbung 179ff.
  - intrinsische 93ff., 132
- Motive 85ff.
  - in der Werbung 97ff., 176, 178ff., 190
- MÜLLER-LYER-Täuschung 60
- Multimedia 161ff.
- multikodal 161f., 192
- multimodal 161f., 191f.
- multiple Perspektiven 149
- multiple Repräsentation 126, 136
- Mustererkennung 42f., 72

## Nacheffekt 50, 58

- Nachhall 79f.
- Nachverdeckung 68
- narrativer Anker 149
- Neo-Behaviorismus 24, 178

## Ohr 64ff., 76ff.

- Oktave 72
- ovales Fenster 64f.

## Pause 66, 71, 73, 75, 159f.

- Periodendauer 64
- Perspektive 45ff., 52
- Phi-Phänomen 14, 62
- Phobie 109f.
- Phonem 71f.
- POGGENDORFF-Täuschung 58f.
- PONZO-Täuschung 60
- Positionierung 176
- Psychologie

- Definition 5
- kognitive 26ff., 83f., 103, 118ff., 128-147, 185ff.
- moderne 9
- Strömungen 8
- Tätigkeitsfelder 6
- Teilbereiche 6
- Psychophysik 9, 66, 185
- Prägnanz 122
- Prägnanztendenz 40
- Precedence-Effekt 78f.
- Problemlösung 120, 132
- programmierter Unterricht 117
- PQ4R-Methode 154
  
- Quantitätskontrast 60
  
- rationale Appelle 172f.
- Rauhigkeit 69, 75
- Reflexion 77ff.
- Reize
  - atmosphärische 189
  - emotionale 184f., 187ff., 195
  - kognitive 185ff.
  - physische 185f., 188
- Reizgeneralisierung 108
- Reminder 196
- Rezeptoren 34f., 48f., 65
- Response 21, 23f., 105
- Richtungshören 76
- Risiko-Wahl Modell 91
  
- Schablonenabgleich 40ff.
- Schallquellenentfernung 77
- Schatten 45, 77ff.
- Scheinfigur 41
- Scheinkonturen 40f.
- Schlüsselreize 56, 187f.
- Schnecke 64f.
- Selbstkontrolle 159f.
- Selbstmotivation 151, 157
- Selbstverstärkung 127
- Selbstverwirklichung 86, 88
- sensorische Deprivation 57f.
- sensorischer Speicher 143, 145f.
- sensuale Appelle 172, 176
- Shaping 115
- Signallernen 106
- Simultankontrast 49, 58
- SKINNER-Box 25, 113f.
- S-O-R Modell 24, 178
- Speicher 27, 38, 50, 137, 141ff., 154f., 188, 192
- Spontanerholung 109
- Spurenkonditionierung 107
- S-R Modell 23f.
- Stäbchen 35, 48
- Stereopsie 45
  
- Stereotypen 56
- Stimulus 21ff., 103ff., 111, 113, 178ff., 193f., 196
- Sukzessivkontrast 50, 58
  
- Tandem-Werbung 196
- Teaser-Technik 187
- Testimonial 172, 174ff., 198
- Text 154, 162
- Texturgradient 45
- Tonhöhe 63, 68ff., 73ff.
- Transponierbarkeit 13f., 75
- Trieb 5, 26, 83ff., 99, 180
- Trommelfell 64f.
- Tutoren 126
  
- Überlagerung 45
- Überlernen 139
- Übersummativität 13f.
- Umstrukturierung 120, 122
- Umweg 16, 120f.
  
- Valenz 17, 91, 98
- Verankerung 129, 140, 147
- Verdeckung 68
- Vergessenskurve 12f., 139f.
- Verhaltenstherapie 26
- Verstärkung 25, 84, 98, 110, 113ff., 127, 159, 197
  - antizipierte 127
  - positive 93, 114, 116
  - negative 93, 114, 116
- Versuch und Irrtum 110ff., 122, 124, 156
- Verunsicherung 172, 174, 188
  
- Wagenradeffekt 62
- Wahrnehmung 34, 47
  - auditive 63ff.
  - Farb- 48ff.
  - kategoriale 72
  - soziale 56
  - Tiefen- 44ff.
  - unterschwellige 192
  - visuelle 35ff.
- Wahrnehmungsatmosphäre 184ff., 189
- Wahrnehmungstäuschung 57ff.
- WEBERsches Gesetz 10f.
- Werbewirkungsmodell 178f.
- Werbung 169-205
  - Definition 169
  - Grundtechniken 172
- Wertewandel 88, 98, 181f., 190
  
- Zapfen 35, 48
- ZEIGARNIK-Effekt 19, 187
- Zeitplan 151, 159
- Zielgruppe 173, 181, 183ff., 193, 195, 198
- ZÖLLNERsche Täuschung 59