

Lehrkraft: StR i. K. Manuela Jüttner

W-Seminar

Leitfach: WR

Thema: Werbepsychologie

Zielsetzungen des W-Seminars:

Untersucht werden Wirkmechanismen der Werbung aus sozialpsychologischer Sicht.

Dazu erhalten die Schülerinnen zunächst eine Einführung in Grundbegriffe des Marketings, Modelle der Werbewirkung und wesentliche sozialpsychologische Theorien. Anhand von verschiedenen Studien sollen dann psychologische Mechanismen herausgearbeitet werden, die in der Werbung zum Einsatz kommen, um den Konsumenten zu beeinflussen.

Weltweit werden ca. 200 Milliarden Dollar von Unternehmen für Werbung ausgegeben. Dabei ist festzustellen, dass der Anteil an Onlinewerbung stetig wächst. Diese Entwicklung weg von klassischen Werbeformen (z.B. TV, Print) hin zu *Social Media* soll auch im Seminar genauer analysiert und anhand von mindestens einer Seminararbeit erörtert werden.

Eine Auswahl von acht möglichen Themen für die Seminararbeit:

1. Kaufentscheidungen
2. Sozialer Einfluss in der Werbung
3. Sympathie und Attraktivität in der Werbung
4. Werbegestaltung
5. Werbewirkungs- und Marktforschung
6. Differentielle Konsumentenpsychologie (Kinder und Werbung)
7. Die Bedeutung von Meinungsführern im Zeitalter von *Social Media*
8. Geld- und Preispsychologie

Weitere Bemerkungen zum geplanten Verlauf des Seminars und Kosten für die Schülerinnen:

Ziel des Seminars ist, die Schülerinnen in ihrer Rolle als Konsumenten zu sensibilisieren, um Verführungstaktiken der Werbung zu erkennen.

Der Besuch eines Marktforschungsinstituts oder ein Expertenvortrag kann als Hinführung zum eigenen Seminarthema dienen.

Leistungserhebungen im Verlauf des Seminars:

in 11/1: möglich: Referat und Handout, mündliches Abfragen, Unterrichtsbeiträge

in 11/2: möglich: Rechercheprotokoll, Expose

in 12/1: Seminararbeit und Abschlusspräsentation

Datum und Unterschrift der Lehrkraft