Die Klassische Konditionierung in der Werbung

In der Werbung wird die klassische Konditionierung insbesondere für die Koppelung eines Produktes mit positiven emotionalen Reaktionen eingesetzt. Das Ziel einer solchen Konditionierung ist die erhöhte Kaufwahrscheinlichkeit.

① Erarbeitet in eurer Gruppe ein Werbekonzept zu einem Produkt eurer Wahl, indem ihr das Schema der klassischen Konditionierung anwendet.

- Brainstorming:
  Sammelt Themenvorschläge und legt eure Zielgruppe fest.
- Welche Reize kennt ihr, die bei Konsumenten positive Reaktionen auslösen können?
  Wählt einen aus.

② Präsentiert euer Werbekonzept im Plenum und ordnet die Fachbegriffe der Klassischen Konditionierung (NS, US, UR, CS, CR) zu.

③ Beurteilt die Werbekonzepte eurer Mitschüler*innen im Hinblick auf:

- Kreativität
- Zuordnung der Fachbegriffe
- Kopplung von Produkt und Reiz

Angaben zu den Urhebern und Lizenzbedingungen der einzelnen Bestandteile dieses Dokuments finden Sie unter
https://www.tutory.de/entdecken/dokument/30a83d85