

Inhaltsübersicht

Vorwort	7
1 Die psychologische Perspektive	11
2 Grundlagen einer psychologischen Betrachtung	21
2.1 Eine Modellvorstellung vom Menschen	21
2.2 Erkenntnisinstrumente der Psychologie	38
2.2.1 Verhaltensbeobachtung	43
2.2.2 Befragung	50
2.2.3 Experiment als Forschungsstrategie	56
3 Funktionsorientierte Betrachtung	69
3.1 Wahrnehmung	69
3.1.1 Der Reizanteil der Wahrnehmung	73
3.1.2 Die Kontextabhängigkeit der Wahrnehmung	95
3.1.3 Die Personenbestimmtheit der Wahrnehmung	111
3.2 Lernen und Gedächtnis	117
3.2.1 Lernformen und -inhalte	118
3.2.1.1 Die klassische Konditionierung	121
3.2.1.2 Operantes Konditionieren oder das Lernen am Erfolg	128
3.2.1.3 Beobachtungslernen oder das Lernen am Modell	141
3.2.1.4 Verbales und imaginales Lernen	149
3.2.2 Erinnern und Vergessen	173
3.3 Denken und Problemlösen	183
3.3.1 Denkopoperationen	188
3.3.1.1 Schlußfolgern	189
3.3.1.2 Urteilen	207
3.3.1.3 Entscheiden	212
3.3.2 Das Lösen komplexer Probleme	226
3.4 Motivation und Emotion	240
3.4.1 Aktivierung als Basisprozeß	242
3.4.2 Motivation	247
3.4.2.1 Das Motivationskonzept	248
3.4.2.2 Motivationstheorien	255
3.4.3 Emotionen	271
3.4.3.1 Die Klassifikation von Gefühlen	274

3.4.3.2 Zur Theorie des Gefühls	278
3.4.4 Das Verhältnis von Motivation und Emotion	293
4 Geschehensorientierte Betrachtung	295
4.1 Das Zusammenspiel der Funktionen	295
4.2 Ein exemplarischer Geschehensablauf mit Kommentar	296
5 Gestaltungsorientierte Betrachtung	313
5.1 Psychologische Aspekte der Arbeitsgestaltung	313
5.1.1 Erleichterung der Informationsaufnahme	317
5.1.2 Optimierung des Aktivierungsniveaus	332
5.1.3 Unterstützung der Informationsverarbeitung und der Nutzung des Langzeitspeichers	343
5.1.4 Förderung der Arbeitsausführung	354
5.1.5 Zusammenfassende Übersicht der exemplarischen Hinweise zur Arbeitsgestaltung	365
5.2 Psychologische Aspekte der Organisationsgestaltung	366
5.2.1 Erleichterung des Informationszuganges	370
5.2.2 Optimierung des Aktivierungsniveaus	374
5.2.3 Unterstützung der Informationsverarbeitung und der Langzeitspeicherung	377
5.2.4 Förderung organisationsgerechter Verhaltensabläufe	384
5.2.5 Zusammenfassende Übersicht der exemplarischen Hinweise zur Organisationsgestaltung	387
5.3 Psychologische Aspekte der Ladengestaltung	388
5.3.1 Erleichterung einer kauffördernden Informationsaufnahme	389
5.3.2 Optimierung des Aktivierungsniveaus	397
5.3.3 Unterstützung der Informationsverarbeitung	401
5.3.4 Verhaltenslenkung im Laden	405
5.3.5 Zusammenfassende Übersicht der exemplarischen Hinweise zur Ladengestaltung	408
Abbildungsverzeichnis	411
Literaturverzeichnis	417
Namensverzeichnis	449
Sachwortverzeichnis	457