

Interkulturelle Kommunikation

von

Prof. Dr. Stefan Müller

und

Prof. Dr. Katja Gelbrich

Verlag Franz Vahlen München

Inhaltsübersicht

| | |
|--|------------|
| Vorwort | VII |
| A. Einführung & theoretische Grundlagen | 1 |
| 1 Kommunikation | 3 |
| 2 Kultur | 33 |
| 3 Landeskultur | 47 |
| B. Interpersonale Kommunikation | 81 |
| 1 Grundlagen | 83 |
| 2 Verbale Kommunikation | 84 |
| 3 Paraverbale Kommunikation | 92 |
| 4 Nonverbale Kommunikation | 97 |
| 5 Extraverbale Kommunikation | 110 |
| 6 Wirkung von Kommunikation | 120 |
| 7 Hilfreiche Links | 121 |
| C. Einfluss der Landeskultur | 123 |
| 1 Grundlagen | 125 |
| 2 Mentale Kultur | 127 |
| 3 Soziale Kultur | 172 |
| 4 Materielle Kultur | 216 |
| 5 Hilfreiche Links | 224 |
| D. Einfluss der Religion | 225 |
| 1 Einführung | 227 |
| 2 Religion & Religionszugehörigkeit | 228 |
| 3 Aberglaube | 238 |
| 4 Weltreligionen im Überblick | 242 |
| 5 Leistungs- & Wirtschaftsethik | 256 |
| 6 Rechtsnormen | 270 |
| 7 Allgemeine Rechtsprinzipien & grundlegende Kategorien zwischenmenschlicher Kommunikation | 275 |
| 8 Hilfreiche Links | 283 |
| E. Einfluss der Sprache | 285 |
| 1 Einführung | 287 |
| 2 Sprachen der Welt | 292 |
| 3 Grenzenlose Kommunikation | 307 |
| 4 Sprache als Kommunikationsbarriere | 313 |
| 5 Namen & Namensgebung | 323 |

| | |
|---|-----|
| F. Kommerzielle Kommunikation | 355 |
| 1 Bedeutung der kommerziellen Kommunikation im interkulturellen Kontext | 357 |
| 2 Standardisierung vs. Differenzierung | 360 |
| 3 Kommunikations-Mix | 378 |
| 4 Print- & TV-Werbung | 386 |
| 5 Public Relations | 425 |
| 6 Verkaufsförderung | 444 |
| 7 Sponsoring | 449 |
| 8 Vergleichende Werbung | 455 |
| 9 Direktmarketing | 460 |
| 10 Empfehlungsmanagement | 466 |
| | |
| G. Kommunikationsstil | 469 |
| 1 Grundlagen | 471 |
| 2 Interkulturelle Verhandlungen | 472 |
| 3 Konfliktstil & Konfliktmanagement | 484 |
| 4 Führungsstil | 495 |
| | |
| Literaturverzeichnis (Kurzfassung) | 501 |
| Stichwortverzeichnis | 503 |