

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