

Тетяна Боднарчук

**KOMMUNIKATIVE STRATEGIEN
DER
GESCHÄFTSKOMMUNIKATION**

Кам'янець-Подільський
2019

УДК 811.112.2:316.772.2(075.8)

Б75

Рекомендовано до друку рішенням науково-методичної ради факультету іноземної філології Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (протокол 7 від 29.08.2019 р.)

Рецензенти:

Марчишина А.А., доктор філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської мови (Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка);

Фоміна Г.В., кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації (Національний університет біоресурсів і природокористування України);

Крецька Ю.А., кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри німецької мови (Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка).

Kommunikative Strategien der Geschäftskommunikation (курс лекцій):
Навчальний посібник. Укл. Боднарчук Т.В. Кам'янець-Подільський : ТОВ «Друкарня «Рута», 2019 – 172 с.

У навчальному посібнику зроблено спробу визначити та охарактеризувати основні аспекти ділового спілкування, особливості вербальних та невербальних засобів комунікації у соціокультурному аспекті. Наведено різноманітні лексичні вирази, які використовуються у різноманітних ситуаціях ділового спілкування.

Для студентів-філологів, лінгвістів, учителів, а також усіх, хто цікавиться німецькою мовою.

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	4
Vorlesung 1. Grundbegriffe der Kommunikation	5
Vorlesung 2. Besonderheiten der Geschäftskommunikation	23
Vorlesung 3. Verbale und nonverbale Geschäftskommunikationsmittel	37
Vorlesung 4. Stellensuche und Bewerbung	59
Vorlesung 5. Dienstliche Gespräche und Verhandlungen. Telefongespräche	79
Vorlesung 6. Small Talks mit Kollegen und Arbeitsberatungen	93
Vorlesung 7. Geschäftsbriefe und Protokolle	112
Vorlesung 8. Vorträge und Präsentationen	131
Vorlesung 9. Verträge und Vereinbarungen	145
Vorlesung 10. Business-Empfänge	157

VORWORT

Heute und in der Zukunft ist Deutschland unser wichtiger Wirtschaftspartner, deshalb Erwerb der Geschäftskommunikation gibt Ihnen eine gute Möglichkeit in den deutschen, österreichischen und schweizerischen Firmen zu arbeiten und macht Sie konkurrenzfähig auf dem Arbeitsmarkt.

Ziel dieses Lehrbuchs ist umfassende Informationen zu den Besonderheiten der Wirtschaftskommunikation im deutschsprachigen Raum zu betrachten und die Grundlagen der Wirtschaftskommunikation in mündlicher und schriftlicher Form zu vermitteln.

Jede Sprache hat ein System von besonderen Ausdrücken von Höflichkeit entwickelt, in jeder Sprache existieren bestimmte sprachliche Besonderheiten, die die Sprachträger in verschiedenen Situationen gebrauchen. Das ist die Sprachetikette, die die ethnische Identität des Volkes repräsentiert.

In diesem Lehrbuch wurde versucht, die Hauptaspekte der Unternehmenskommunikation zu identifizieren und zu charakterisieren, insbesondere die verbalen und nonverbalen Kommunikationsmittel im soziokulturellen Bereich. Es werden verschiedene lexikalische Ausdrücke angegeben, die in verschiedenen Situationen der Geschäftskommunikation verwendet werden.

Das vorliegende Lehrbuch bestrebt, zwei gegensätzliche Prinzipien zu vereinigen: einerseits Zugänglichkeit und Kürze der Darstellung, andererseits ein entsprechendes wissenschaftlich methodisches Niveau. Die Voraussetzungen dazu sind die Weise der Darstellung und der Umfang des Lehrbuches.

Навчальне видання

Боднарчук Т.В.

**KOMMUNIKATIVE STRATEGIEN
DER
GESCHÄFTSKOMMUNIKATION**

Підписано до друку 09.09.2019
Формат 60x84/8. Гарнітура Mugiad Pro.
Умов. друк. арк. 22,94. Друк офсетний. Папір офсетний.
Наклад 50 прим.

Віддруковано ТОВ „Друкарня „Рута”
(свід. Серія ДК №4060 від 29.04.2011 р.)
м. Кам'янець-Подільський, вул. Руслана Коношенка, 1
тел. 0384 94 22 50, drukruta@ukr.net