

Marcus Ruckh

Kann paraverbale Kommunikation die Glaubwürdigkeit beeinflussen?

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2017 GRIN Verlag
ISBN: 9783668921511

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/463666>

Marcus Ruckh

Kann paraverbale Kommunikation die Glaubwürdigkeit beeinflussen?

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Bachelorarbeit

**„Glaubwürdigkeit und paraverbale Kommunikation —
Eine Erfassung und Analyse zur Ableitung von Verhandlungspotentialen“**

EBC Hochschule Campus Stuttgart

Verfasser:

Marcus Ruckh

Stuttgart, den 03. Juli 2017

Inhaltsverzeichnis

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	III
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	IV
TABELLENVERZEICHNIS	IV
1. EINLEITUNG	1
2. THEORETISCHER TEIL	2
2.1 GLAUBWÜRDIGKEIT	2
2.1.1 DEFINITION UND GLAUBWÜRDIGKEITSFORSCHUNG	2
2.1.2 PERSUASIONS- UND EINSTELLUNGSFORSCHUNG	8
2.1.3 GLAUBWÜRDIGKEITSATTRIBUTION	14
2.1.4 ERZWUNGENE GLAUBWÜRDIGKEIT: DAS AUFDECKEN VON TÄUSCHUNGEN	17
2.2 PARAVERBALE KOMMUNIKATION	19
2.2.1 BEGRIFFSERKLÄRUNG IM ZUSAMMENHANG MIT PROSODIE	19
2.2.2 EINFLUSS IN DER KOMMUNIKATION	20
2.3 GLAUBWÜRDIGKEIT ALS PARAVERBALES PERSÖNLICHKEITSKONZEPT	21
2.3.1 PARAVERBALE KOMMUNIKATION UND PERSÖNLICHKEIT	22
2.3.2 PERSÖNLICHKEIT & GLAUBWÜRDIGKEIT	22
2.3.3 GLAUBWÜRDIGKEIT & PARAVERBALE KOMMUNIKATION	23
3. EMPIRISCHER TEIL	25
3.1 METHODIK	25
3.1.1 KONZEPTION DER STUDIE	28
3.1.2 KONZEPTION DER FRAGEN	29
3.1.3 DURCHFÜHRUNGSMETHODIK	31
3.1.4 AUSWERTUNGSMETHODIK	32
3.2 HYPOTHESEN	32
4. ERGEBNISSE	34
4.1 BESCHREIBUNG DER STICHPROBE	34
4.2 DESKRIPTIVE ERGEBNISSE	35
4.3 ZUSAMMENFASSUNG UND INTERPRETATION	44
5. ABLEITUNG VON VERHANDLUNGSPOTENTIALEN	50
6. FAZIT & AUSBLICK	53
7. LITERATURVERZEICHNIS	54
8. ANHANG	59
TABELLENVERZEICHNIS	59
FRAGEBOGEN	67

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	=	Abbildung
bzgl.	=	bezüglich
bzw.	=	beziehungsweise
et al.	=	et alii / et aliae (und andere)
Hrsg.	=	Herausgeber
S.	=	Seite
s.	=	siehe
SPSS	=	Statistical Product and Service Solutions
Tab.	=	Tabelle
vgl.	=	vergleiche
vs.	=	versus
zw.	=	zwischen