



Andere Länder, andere Werbung - eine interkulturelle Sensibilisierung

Zielgruppe:

Unternehmer/innen, Führungskräfte,
Mitarbeiter/innen und alle, die interkulturelle
Kompetenz erlernen wollen

Tage:

1 Tag – max. 12 Teilnehmer/innen

Kompetenzgewinn:

Nach dem Seminar können die Teilnehmer

- erkennen , WIE und WARUM sich Kulturunterschiede in der Werbung zeigen
- anhand von Werbung die Werte, Denk- und Wahrnehmungsmuster einer (Unternehmens-)Kultur ableiten
- erfassen, welche Arbeits-, Führungs- und Kommunikationsstile in einer Kultur vorherrschen
- kulturelle Unterschiede und Gemeinsamkeiten mit Hilfe von Analyse Kriterien feststellen

Inhalt:

Viele international tätige Unternehmen gestalten ihre Produkt- und Imagewerbung in den jeweiligen Kulturen unterschiedlich. Denn Konsumenten haben weltweit andersartige Wahrnehmungs-, Denk-, Handlungs- und Verhaltensmuster.

Die Werbung liefert daher Rückschlüsse über Werte, Normen, Konventionen, Tabus, Sitten, Lebensstil und Traditionen einer Kultur.

Die kontrastive Gegenüberstellung (Text- und Bildgestaltung) unterschiedlicher Websites/Werbepots/Werbeanzeigen aus mehreren Kulturkreisen ermöglicht das Erkennen und Bewusstwerden eigener und fremder Kulturstandards.

Methodik:

Interaktive Impulsreferate, Einzel- und Gruppenarbeit, informative, spielerische, kreative und praxisrelevante Übungen

Trainerin:

Suzanne Forsström

Interkulturelle Trainerin (Univ. Jena)
Diplom-Übersetzerin (Univ. Heidelberg)
Journalistin (Print, TV, Radio)
www.suzanne-forsstroem.de