

Rhetorik und Kommunikation für Führungskräfte

Dozent

DI Thomas W. Albrecht,
Speaker – Profiler – Transformer
Buchautor „Die Rhetorik des Sebastian Kurz
| Was steckt dahinter?“



100 offene Lernfragen zur Stoffreflexion

1. Was versteht man unter Rhetorik?
2. Was versteht man unter Dialektik?
3. Was ist die Aufgabe der Rhetorik?
4. Was versteht man unter: Empfangsfrequenzen des Publikums?
5. Aus welchen wesentlichen Blöcken besteht das Kommunikationsmodell des NLP?
6. Für was steht der Begriff NLP?
7. Was versteht man unter den „4 Seiten einer Äußerung“?
8. Worüber gibt die Seite des Sachinhalts Auskunft?
9. Worüber gibt die Seite des Appells Auskunft?
10. Worüber gibt die Seite der Beziehung Auskunft?
11. Worüber gibt die Seite der Selbstoffenbarung Auskunft?
12. Was versteht man unter visuellen Sinneseindrücken?
13. Was versteht man unter auditiven Sinneseindrücken?
14. Was versteht man und kinästhetischen Sinneseindrücken?
15. Wozu nutzen wir das auditiv-digitale Repräsentationssystem?
16. Wozu nutzen wir das visuelle Repräsentationssystem?
17. Wozu nutzen wir das auditive Repräsentationssystem?
18. Was versteht man unter der „Landkarte im Kopf“?
19. Wie kommt der innere emotionale Zustand zustande?

20. Geben Sie zumindest 20 Beispiele für positive innere emotionale Zustände.
21. Geben Sie zumindest 20 Beispiele für negative innere emotionale Zustände.
22. Erläutern Sie den Rosenthal-Effekt.
23. Erklären Sie, was Sie unter der Oberflächenstruktur der Sprache verstehen.
24. Erklären Sie, was Sie unter der Tiefenstruktur der Sprache verstehen.
25. Erläutern Sie, auf welche zwei Arten wir Sprache benutzen.
26. Erklären Sie den Begriff: Generalisierung.
27. Geben Sie fünf Beispiele für Generalisierungen.
28. Erklären Sie den Begriff: Tilgung.
29. Geben Sie fünf Beispiele für Tilgungen.
30. Erklären Sie den Begriff: Verzerrung.
31. Geben Sie fünf Beispiele für Verzerrungen.
32. Was verstehen Sie unter hypnotischen Sprachmustern?
33. Was können hypnotische Sprachmuster bewirken? Geben Sie einige Beispiele.
34. Wer war Milton H. Erickson?
35. Erläutern Sie das hypnotische Sprachmuster: Gedanken lesen.
36. Erläutern Sie das hypnotische Sprachmuster: Verlorener Performativ.
37. Erläutern Sie das hypnotische Sprachmuster: Komplexe Äquivalenz.
38. Erläutern Sie das hypnotische Sprachmuster: Unspezifischer Vergleich.
39. Was verstehen Sie unter: Pacen derzeitiger Erfahrung.
40. Wo und wie können Sie „Pacen derzeitiger Erfahrung“ einsetzen, und was bewirkt es?
41. Was verstehen Sie unter der „Sprache der fünf Sinne“?
42. Was versteht man unter dem präferierten Repräsentationssystem?
43. Was sind visuelle Redewendungen? Geben Sie fünf Beispiele.
44. Was sind auditive Redewendungen? Geben Sie fünf Beispiele.
45. Was sind kinästhetische Redewendungen? Geben Sie fünf Beispiele.
46. Was sind gustatorische Redewendungen? Geben Sie fünf Beispiele.
47. Was sind olfaktorische Redewendungen? Geben Sie auch hier fünf Beispiele.
48. Was sind auditiv-digitale Redewendungen? Geben Sie auch hier noch fünf Beispiele.
49. Geben Sie zumindest 10 Beispiele für visuelle Wörter.

50. Geben Sie zumindest 10 Beispiele für auditive Wörter.
51. Geben Sie zumindest 10 Beispiele für kinästhetische Wörter.
52. Geben Sie zumindest 10 Beispiele für auditiv-digitale Wörter.
53. Woran erkennen Sie Menschen mit visueller Präferenz?
54. Woran erkennen Sie Menschen mit auditiver Präferenz?
55. Woran erkennen Sie Menschen mit kinästhetischer Präferenz?
56. Woran erkennen Sie Menschen mit auditiv-digitaler Präferenz?
57. Was verstehen Sie unter dem Charisma-Muster?
58. Erklären Sie das Intonationsmuster der Aussage.
59. Erklären Sie das Intonationsmuster der Frage.
60. Erklären Sie das Intonationsmuster des Befehls.
61. Erläutern Sie die Begriffe „Rahmen“ und „Kontext“.
62. Vergleichen Sie den Ergebnisrahmen mit dem Problemrahmen.
63. Erläutern Sie, wie Sie die Veränderung von Bindewörtern einsetzen könnten.
64. Erläutern Sie den Begriff „Re-Framing“.
65. In welchen Situationen könnten Sie Re-Framing einsetzen?
66. Erklären Sie „Verändern der Rahmengröße“ und geben Sie zumindest zwei Beispiele.
67. Erklären Sie „Kontext-Reframing“ und geben Sie zumindest zwei Beispiele.
68. Erklären Sie „Inhalts-Reframing“ und geben Sie zumindest zwei Beispiele.
69. Was verstehen Sie unter dem 4MAT-System?
70. Wie sieht die Struktur des 4MAT-Systems aus?
71. Was ist den „Warum-Menschen“ wichtig?
72. Was ist den „Was-Menschen“ wichtig?
73. Was ist den „Wie-Menschen“ wichtig?
74. Was ist den „Wozu-noch-Menschen“ wichtig?
75. Erklären Sie, wie Sie eine Rede aus Sicht des Publikums aufbauen würden.
76. Entwickeln Sie eine kurze Rede für die Begrüßung ausländischer Gäste in Ihrer Heimatgemeinde.
77. Was sind die Konsequenzen der Verwendung des 4MAT-Systems?
78. Erläutern Sie Story-Telling anhand des Veränderungsmodells.

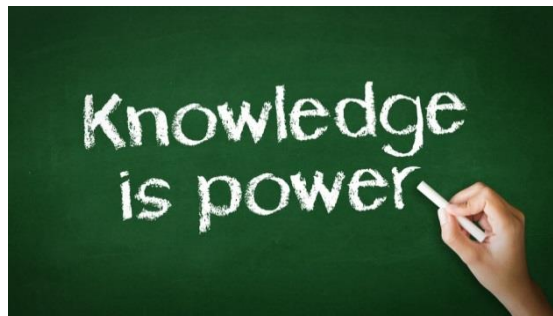
79. Erweitern Sie Ihre Rede aus Pkt. 76 unter Verwendung des Story-Telling Formats.
80. Wer war Ivan Petrowitsch Pawlow?
81. Was verstehen Sie unter Rapport?
82. Wie kann Rapport etabliert werden?
83. Was können Sie an Ihrem Gesprächspartner alles beobachten? Geben Sie zumindest 20 Punkte an.
84. Was verstehen Sie unter Energiemanagement und Redner-Uptime?
85. Erläutern Sie kurz, was Sie unter „Raum-Nutzung“ versteht.
86. Erläutern Sie den Satir-Typ „Leveler“ und wann Sie ihn verwenden würden.
87. Erläutern Sie den Satir-Typ „Ankläger“ und wann Sie ihn verwenden würden.
88. Erläutern Sie den Satir-Typ „Beschwichtiger“ und wann Sie ihn verwenden würden.
89. Erläutern Sie den Satir-Typ „Rationalisierer“ und wann Sie ihn verwenden würden.
90. Erläutern Sie den Satir-Typ „Ablenker“ und wann Sie ihn verwenden würden.
91. Erklären Sie, was Sie unter „Einfachen Meta-Programmen“ verstehen und den Zusammenhang zum 4MAT-System.
92. Erläutern Sie, was Sie unter „Komplexen Meta-Programmen“ verstehen.
93. Erläutern Sie die Meta-Programme der Motivationalen Merkmale.
94. Geben Sie zu jedem Motivationalen Merkmal typische Sprachmuster an, um diese Menschen gut zu erreichen.
95. Erläutern Sie die Meta-Programme der Informationsverarbeitung.
96. Geben Sie zu jedem Meta-Programm der Informationsverarbeitung typische Sprachmuster an, um diese Menschen gut zu erreichen.
97. Überlegen Sie, wie sich Ihre Meta-Programme auf Ihre Tätigkeiten im Beruf auswirken. Machen Sie vorab das Meta-Programme Assessment.
98. Erläutern Sie detailliert, wie Sie eine Rede aufbauen.
99. Stellen Sie den Ablauf eines Kundengesprächs dar.
100. Stellen Sie den Ablauf eines Mitarbeitergesprächs dar.

Wir freuen uns auf Ihre Fragen!

Fragen vor Kursbeginn: studienberatung@amc.or.at
Fragen während des Kurses: studienabteilung@amc.or.at

Infos zur Bildungskarenz:
<http://www.mba-studium.at/bildungskarenz>

Wir wünschen viel Erfolg im Studium!



Auf zum nächsten Karrieresprung!

