

Customer Relationship Management (395483)
Modul: Marketing-Management
Dr. Gerhard Wagner
WS 2017/2018
Aufbau und Literatur

Datum	Gegenstand	Pflichtliteratur
10.10.2017	Organisatorisches; Einführung in das CRM: Vom Transaktions- zum Beziehungsmarketing	Bruhn 2016, S. 1-19, 56-58
17.10.2017	Kundenzufriedenheit	Homburg/Stock-Homburg 2016
24.10.2017	<i>Gastvortrag: „Focus on the customer – all else will follow“ Leander Blumenthal, Senior Key Account Manager, Google EMEA Headquarters Dublin Ireland</i>	
31.10.2017	<i>Keine Vorlesung (500. Reformationsjubiläum)</i>	
07.11.2017	Kundenloyalität, Kundenbindung und Kundenbeziehungen	Gröppel- Klein/Königstorfer/Terlutter 2017 Homburg/Becker/Hentschel 2017
14.11.2017	Kundenlebenszyklus, Kundenbeziehungs- lebenszyklus und Kundenwert	Bruhn 2016, S. 59-71, 310-329
21.11.2017	Analysephase des CRM	Bruhn 2016, S. 107-141
28.11.2017	Phasenbezogene Strategieentscheidungen des CRM	Bruhn 2016, S. 146-158; Stauss 2011
05.12.2017	Geschäftsfeld- und Marktteilnehmerbezogene Strategien des CRM	Bruhn 2016, S. 158-189
11.12.2017	Instrumente des CRM	Bruhn 2016, S. 191-252; Stauss 2009
19.12.2017	Implementierung des CRM	Bruhn 2016, S. 253-286

09.01.2018	Kontrollphase des CRM	Bruhn 2016, S. 288-310, 329-343
16.01.2018	IT-Unterstützung von CRM-Prozessen	Becker/Knackstedt 2011; Hippner/ Grieser/Wilde 2011; Leußner/Hippner/Wilde 2011
23.01.2018	Multi-Channel Management im CRM	Schögel/Binder/Schmidt/Sauer 2011
30.01.2018	The Dark Side of CRM	Arndt 2011; Hansen 2011

Literatur

Basisliteratur

Arndt, D. (2011): Datenschutzaspekte in CRM-Projekten, in: Hippner, H.; Wilde, K.D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 183-209.

Becker, J.; Knackstedt, R. (2011): Data-Warehousing im CRM, in: Hippner, H.; Wilde, K.D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 756-782.

Bruhn, M. (2016): Relationship Marketing – Das Management von Kundenbeziehungen, 5. Aufl., München.

Gröppel-Klein, A.; Königstorfer, J.; Terlutter, R. (2017): Verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Kundenbindung, in: Bruhn, M.; Homburg, Ch. (Hrsg.): Handbuch Kundenbindungsmanagement, 9. Aufl., Wiesbaden, S. 37-75.

Hansen, U. (2011): Beziehungslos im Dschungel des Beziehungsmarketing oder: Grenzen des Beziehungsmarketing aus Verbraucherperspektive, in: Hippner, H.; Wilde, K.D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 293-315.

Hippner, H.; Grieser, L.; Wilde, K.D. (2011): Data Mining – Grundlagen und Einsatzpotenziale in analytischen CRM-Prozessen, in: Hippner, H.; Wilde, K.D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 784-810.

Homburg, Ch.; Becker, A.; Hentschel, F. (2017): Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, in: Bruhn, M.; Homburg, Ch. (Hrsg.): Handbuch Kundenbindungsmanagement, 9. Aufl., Wiesbaden, S. 99-124.

Homburg, Ch.; Stock-Homburg, R. (2016): Theoretische Perspektiven zur Kundenzufriedenheit, in: Homburg, Ch. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit, 9. Aufl., Wiesbaden, S. 17-52.

Leußner, W.; Hippner, H.; Wilde, K.D. (2011): Kundeninformationen als Basis des CRM, in: Hippner, H.; Wilde, K.D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 732-755.

Schögel, M.; Binder, J.; Schmidt, I.; Sauer, A. (2011): Multi-channel management im CRM, in: Hippner, H.; Wilde, K.D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 559-597.

Stauss, B. (2009): Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung, in: Hinterhuber, H.; Matzler, K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden, S. 345-365.

Stauss, B. (2011): Der Kundenbeziehungs-Lebenszyklus, in: Hippner, H.; Wilde, K.D. (Hrsg.): Grundlagen des CRM, 3. Aufl., Wiesbaden, S. 319-341.

Vertiefungsliteratur

Bösener, K. (2015): Kundenzufriedenheit, Kundenbegeisterung und Kundenpreisverhalten, Wiesbaden.

Bruhn, M.; Homburg, Ch. (2017): Handbuch Kundenbindungsmanagement, 9. Aufl., Wiesbaden.

Esch, F.-R.; Herrmann, A.; Sattler, H. (2013): Marketing – Eine Managementorientierte Einführung, 4. Aufl., München.

Grönroos, C. (2007): Service Management and Marketing. Customer Management In Service Competition, 3. Aufl., New York.

Helmke, S.; Uebel, M.; Dangelmaier, W. (2017): Effektives Customer Relationship Management, 6. Aufl., Wiesbaden.

Hippner, H.; Wilde, K.D. (2011): Grundlagen des CRM, 3. Aufl., Wiesbaden.

Homburg, Ch. (2016): Kundenzufriedenheit: Konzepte – Methoden – Erfahrungen, 9. Aufl., Wiesbaden.

Homburg, Ch. (2017): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden.

Kotler, P.; Keller, K.L.; Opresnik, M.O. (2017): Marketing-Management: Konzepte – Instrumente – Unternehmensfallstudien, 15. Aufl., Stuttgart.

Kroeber-Riel, W.; Weinberg, P.; Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten, 10. Aufl., München.

Lovelock, Ch.; Wirtz, J. (2014): Services Marketing: People, Technology, Strategy, 8. Aufl., Upper Saddle River, New Jersey.

Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich, K. (2015): Dienstleistungsmarketing: Grundlagen - Konzepte - Methoden, 8. Aufl., Wiesbaden.

Oliver, R.L. (2014): Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, 2. Aufl., New York.

Parvatiyar, A.; Sheth, J.N. (2001): Customer Relationship Management: Emerging Practice, Process, and Discipline, in: Journal of Economic and Social Research, Vol. 3, Nr. 2, S. 1-34.

Stauss, B.; Seidel, W. (2014): Beschwerdemanagement: Unzufriedene Kunden als profitable Zielgruppe, 5. Aufl., München.

Zeithaml, V.A.; Bitner, M.J.; Gremler, D.D. (2012): Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm, 6. Aufl., Burr Ridge.

Zentes, J.; Swoboda, B.; Foscht, T. (2012): Handelsmanagement, 3. Aufl., München.

Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H. (2013): Internationales Marketing, 3. Aufl., München.