

Customer Relationship Management
Vorlesung mit Übung
Dr. Gerhard Wagner
WS 2015/2016
Aufbau und Literatur

Datum	Gegenstand	Pflichtliteratur
22.10.2015	Organisatorisches; Einführung in das CRM: Vom Transaktions- zum Beziehungsmarketing	Bruhn 2015, S. 1-19, 56-58
29.10.2015	Kundenzufriedenheit	Homburg/Stock-Homburg 2008
05.11.2015	Kundenloyalität	Gröppel- Klein/Königstorfer/Terlutter 2013 Homburg/Becker/Hentschel 2013
12.11.2015	Kundenlebenszyklus, Kundenwert und Kundenbeziehungszyklus	Bruhn 2015, S. 59-71, 310-329
19.11.2015	Analysephase des CRM	Bruhn 2015, S. 107-141
26.11.2015	Phasenbezogene Strategieentscheidungen des CRM	Bruhn 2015, S. 146-158; Stauss 2011
03.12.2015	Geschäftsfeld- und Marktteilnehmerbezogene Strategien des CRM	Bruhn 2015, S. 158-189
10.12.2015	Instrumente des CRM	Bruhn 2015, S. 191-241; Stauss 2013
17.12.2015	Implementierung des CRM	Bruhn 2015, S. 253-286
07.01.2016	Kontrollphase des CRM	Bruhn 2015, S. 288-310, 329- 343
14.01.2016	IT-Unterstützung von CRM-Prozessen	Becker/Knackstedt 2011; Hippner/ Grieser/Wilde 2011; Leußner/Hippner/Wilde 2011

21.01.2016	Gastvortrag: Hans-Jörg Klein, Leiter Fahrzeugverkauf, Ford Deutschland: „Digitale Marketingstrategien in der Automobilindustrie“ 16-18 Uhr	
28.01.2016	Multi-Channel Management im CRM	Schögel/Binder/Schmidt/Sauer 2011
04.02.2016	The Dark Side of CRM	Arndt 2011; Hansen 2011
11.02.2016	Resümee & Klausurvorbereitung	-

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. (2015): Relationship Marketing – Das Management von Kundenbeziehungen, 4. Aufl., München.

Gröppel-Klein, A.; Königstorfer, J.; Terlutter, R. (2013): Verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Kundenbindung, in: Bruhn, M.; Homburg, Ch. (Hrsg.): Handbuch Kundenbindungsmanagement, 8. Aufl., Wiesbaden, S. 43-80.

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. (2013): Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, in: Bruhn, M.; Homburg, Ch. (Hrsg.): Handbuch Kundenbindungsmanagement, 8. Aufl., Wiesbaden, S. 101-134.

Homburg, Ch.; Stock-Homburg, R. (2008): Theoretische Perspektiven zur Kundenzufriedenheit, in: Homburg, Ch. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit, 7. Aufl., Wiesbaden, S. 17-51.

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

Stauss, B. (2013): Vermeidung von Kundenverlusten und Stärkung der Kundenbindung durch Beschwerdemanagement, in: Bruhn, M.; Homburg, Ch. (Hrsg.): Handbuch Kundenbindungsmanagement, 8. Aufl., Wiesbaden, S. 399-428.

Vertiefungsliteratur

- Bösener, K. (2015): Kundenzufriedenheit, Kundenbegeisterung und Kundenpreisverhalten, Wiesbaden.
- Bruhn, M.; Homburg, Ch. (2013): Handbuch Kundenbindungsmanagement, 8. 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. (2013): Effektives Customer Relationship Management, 5. Aufl., Wiesbaden.
- Hippner, H.; Wilde, K.D. (2011): Grundlagen des CRM, 3. Aufl., Wiesbaden.
- Homburg, Ch. (2008): Kundenzufriedenheit: Konzepte – Methoden – Erfahrungen, 7. Aufl., Wiesbaden.
- Homburg, Ch. (2015): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 5. Aufl., Wiesbaden.
- Kotler, P.; Keller, K.L.; Opresnik, M.O. (2015): Marketing-Management: Konzepte – Instrumente – Unternehmensfallstudien, 14. 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.