

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

| <b>Datum</b> | <b>Gegenstand</b>   | <b>Pflichtliteratur</b>  |
|--------------|---|--|
| 22.10.2015   | Organisatorisches;<br>Einführung in das CRM: Vom<br>Transaktions- zum Beziehungsmarketing | Bruhn 2015, S. 1-19, 56-58   |
| 29.10.2015   | Kundenzufriedenheit   | Homburg/Stock-Homburg 2008   |
| 05.11.2015   | Kundenloyalität   | Gröppel-<br>Klein/Königstorfer/Terlutter 2013<br>Homburg/Becker/Hentschel 2013 |
| 12.11.2015   | Kundenlebenszyklus, Kundenwert und<br>Kundenbeziehungszyklus                              | Bruhn 2015, S. 59-71, 310-329  |
| 19.11.2015   | Analysephase des CRM  | Bruhn 2015, S. 107-141   |
| 26.11.2015   | Phasenbezogene<br>Strategieentscheidungen des CRM   | Bruhn 2015, S. 146-158;<br>Stauss 2011   |
| 03.12.2015   | Geschäftsfeld- und<br>Marktteilnehmerbezogene Strategien des<br>CRM                       | Bruhn 2015, S. 158-189   |
| 10.12.2015   | Instrumente des CRM   | Bruhn 2015, S. 191-241;<br>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-<br>343  |
| 14.01.2016   | Gastvortrag: Hans-Jörg Klein, Leiter Fahrzeugverkauf, Ford Deutschland                    |  |
| 21.01.2016*  | IT-Unterstützung von CRM-Prozessen  | Becker/Knackstedt 2011;  |

|             |                                 |  |
|-------------|---------------------------------|--|
|             |                                 | Hippner/ Grieser/Wilde 2011;<br>Leußner/Hippner/Wilde 2011 |
| 28.01.2016* | Multi-Channel Management im CRM | Schögel/Binder/Schmidt/Sauer<br>2011                       |
| 04.02.2016* | The Dark Side of CRM            | Arndt 2011; Hansen 2011                                    |
| 11.02.2016  | Resümee & Klausurvorbereitung   | -  |

\* Potenzielle Ausweichtermine für Gastvortrag

## 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 Ridges.
- Zentes, J.; Swoboda, B.; Foscht, T. (2012): Handelsmanagement, 3. Aufl., München.
- Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H. (2013): Internationales Marketing, 3. Aufl., München.