

Customer Relationship Management (395483)
Modul: Marketing-Management
Dr. Gerhard Wagner
WS 2018/2019
Aufbau und Literatur

Datum	Gegenstand	Pflichtliteratur
09.10.2018	Organisatorisches und Einführung in das CRM; Vom Transaktions- zum Beziehungsmarketing	Bruhn 2016, S. 1-19, 56-58
16.10.2018	Kundenzufriedenheit	Homburg/Stock-Homburg 2016
23.10.2018	Kundenbeziehungen, Kundenloyalität und Kundenbindung	Gröppel-Klein/Königstorfer/Terlutter 2017; Homburg/Becker/Hentschel 2017
30.10.2018	Kundenlebenszyklus, Kundenbeziehungslebenszyklus und Kundenwert	Bruhn 2016, S. 59-71, 310-329
06.11.2018	Analysephase des CRM	Bruhn 2016, S. 107-141
13.11.2018	Phasenbezogene Strategieentscheidungen des CRM	Bruhn 2016, S. 146-158; Stauss 2011
20.11.2018	<i>Gastvortrag: „Marken- und Kundenbeziehungsmanagement aus der Perspektive einer regionalen Brauerei“, Christina Rothe (Leiterin Kommunikation), Erzquell Brauerei Bielstein / Siegtal Haas & Co. KG</i>	
27.11.2018	Geschäftsfeld- und Marktteilnehmerbezogene Strategien des CRM	Bruhn 2016, S. 158-189
04.12.2018	<i>Gastvortrag: „Customer Journey Management bei Fahrrad-XXL.de“, Darius Greulich (Business Manager), Daniel Maier (Content Manager), Niels Richter (E-Mail Marketing Manager), Alexander Moog (Projektmanager Online Marketing), Fahrrad XXL Group GmbH</i>	

11.12.2018	Instrumente des CRM	Bruhn 2016, S. 191-252; Stauss 2009
18.12.2018	Implementierung des CRM	Bruhn 2016, S. 253-286
08.01.2019	Kontrollphase des CRM	Bruhn 2016, S. 288-310, 329-343
15.01.2019	<i>Gastvortrag: „CRM als Vertriebsinstrument“, Peter Blatt (Sales Director), wolcraft GmbH</i>	
22.01.2019	IT-Unterstützung von CRM-Prozessen	Becker/Knackstedt 2011; Hippner/ Grieser/Wilde 2011; Leußner/Hippner/Wilde 2011
29.01.2019	The Dark Side of CRM	Arndt 2011; Hansen 2011

Stand: 02.10.2018

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.

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

Albers, S.; Hildebrandt, L. (2006): Methodische Probleme bei der Erfolgsfaktorenforschung – Messfehler, formative versus reflektive Indikatoren und die Wahl des Strukturgleichungs-Modells, in: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Vol. 58, Nr. 1, S. 2-33.

Bruhn, M. (2013): Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 3. Aufl., Wiesbaden.

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

Foscht, T. (2002): Kundenloyalität: Integrative Konzeption und Analyse der Verhaltens- und Profitabilitätswirkungen, Wiesbaden.

Grönroos, C. (2013): Service Management and Marketing. Customer Management in Service Competition, 3. Aufl., New York.

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.

Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwisch, K. (2018): Dienstleistungsmarketing: Grundlagen – Konzepte – Methoden, 9. Aufl., Wiesbaden.

Oliver, R.L. (1997): Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, New York.

Payne, A.; Frow, P. (2005): A strategic framework for customer relationship management, in: Journal of Marketing, Vol. 69, Nr. 4, S. 167-176.

Payne, A.; Rapp, R. (2003): Handbuch Relationship Marketing, 2. Aufl., München.

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

Zeithaml, V. A.; Berry, L. L.; Parasuraman, A. (1996): The behavioral consequences of service quality, in: Journal of Marketing, Vol. 60, Nr. 2, S. 31-46.

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