

Bachelorstudium BWL: Käuferverhalten – WS 2019/20

(Raum: AH-B 002, Zeit: jeweils Montag, 14.15 – 15.45 Uhr)

Datum	Gegenstand	Literatur
07.10.2019	Organisatorisches & Einführung: Aktuelle Trends und Herausforderungen der Käuferverhaltensforschung	
14.10.2019	Grundlagen des Käuferverhaltens und der Käuferverhaltensforschung	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 3-16, Trommsdorff 2009, S. 15-23
21.10.2019	Kaufentscheidungen von Konsumenten: Arten und Erklärungsansätze; Psychische Erklärungsansätze des Kaufverhaltens: Aktivierende Prozesse und Zustände (I)	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 19-36
28.10.2019	Psychische Erklärungskonstrukte des Kaufverhaltens: Aktivierende Prozesse und Zustände (II)	Kroeber-Riel/Weinberg/ Gröppel-Klein 2009, S. 210-253; Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 37-83
04.11.2019	Psychische Erklärungskonstrukte des Kaufverhaltens: Kognitive Prozesse und Zustände (I)	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 85-131; Trommsdorff 2009, S. 78-92, 99-106
11.11.2019	Psychische Erklärungskonstrukte des Kaufverhaltens: Kognitive Prozesse und Zustände (II)	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 85-131; Trommsdorff 2009, S. 78-92, 99-106
18.11.2019	Persönliche und soziale Determinanten des Kaufverhaltens (I)	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 133-165, Trommsdorff 2009, S. 194-230
25.11.2019	Persönliche und soziale Determinanten des Kaufverhaltens (II)	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 133-165, Trommsdorff 2009, S. 194-230
02.12.2019	Gastvortrag N.N.	
09.12.2019	Arten von Kaufentscheidungen von Konsumenten	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 167-181
16.12.2019	Weihnachtsvorlesung	
06.01.2020	Kaufprozesse von Konsumenten	Foscht/Swoboda /Schramm-Klein 2015, S. 185-269
13.01.2020	Spezielle Aspekte des Käuferverhaltens	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 273-333
20.01.2020	Organisationales Kaufverhalten	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 273-333
27.01.2020	Zusammenfassung & Klausurvorbereitung	

Wichtiger Hinweis: Begleitend zur Vorlesung wird eine Übung angeboten. Informationen zu den Terminen, zur Struktur und zu den Inhalten der Übung werden Ihnen in der ersten Vorlesung am 7. Oktober 2019 mitgeteilt.

Literaturhinweise

Basisliteratur

- Foscht, T.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H. (2015): Käuferverhalten – Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen, 5. Aufl. (oder ältere), Wiesbaden.
- Kroeber-Riel, W.; Weinberg, P.; Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten, 10. Aufl. (oder ältere), München.
- Trommsdorff, V.; Teichert, T. (2011): Konsumentenverhalten, 8. Aufl. (oder ältere), Stuttgart.

Vertiefungsliteratur

- Backhaus, K.; Voeth, M. (2010): Industriegütermarketing, 9. Aufl., München.
- Blackwell, R.D.; Miniard, P.W.; Engel, J.F. (2006): Consumer Behavior, 10. Aufl., Mason, Ohio.
- Bruhn, M. (2009): Relationship Marketing, 2. Aufl., München.
- Bruhn, M. (2009): Marketing, 9. Aufl., Wiesbaden.
- Esch, F.-R.; Herrmann, A.; Sattler, H. (2008): Marketing – Eine Managementorientierte Einführung, 2. Aufl., München.
- Homburg, Ch. (2017): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden.
- Hoyer, W.D.; MacInnis, D.J. (2009): Consumer Behavior, 9. Aufl., Boston, MA.
- Kotler, Ph.; Keller, K.L.; Bliemel, F. (2007): Marketing-Management, 12. Aufl., Stuttgart.
- Kotler, Ph.; Keller, K.L. (2008): Marketing Management, 13. Aufl., Upper Saddle River, New Jersey.
- Kuß, A.; Tomczak, T. (2007): Käuferverhalten, 4. Aufl., Stuttgart.
- Liebmann, H.-P.; Zentes, J.; Swoboda, B. (2008): Handelsmanagement, 2. Aufl., München.
- Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M. (2008): Marketing, 10. Aufl., Wiesbaden.
- Mittal, B.; Holbrook, M.; Beatty, S.; Righubir, P.; Woodside, A.G. (2008): Consumer Behavior: How Human Think, Feel, and Act in the Marketplace, Cincinnati, OH.
- Nieschlag, R.; Dichtl, E.; Hörschgen, H. (2002): Marketing, 19. Aufl., Berlin.
- Schiffman, L.G.; Kanuk, L.L. (2009): Consumer Behavior, 10. Aufl., Upper Saddle River, NJ.
- Solomon, M.; Bamossy, G.; Askegaard, S. (2007): Konsumentenverhalten, München.
- Underhill, P. (2008): Why We Buy: The Science of Shopping, New York, NY.
- Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H. (2010): Internationales Marketing, München.

Wichtiger Hinweis: Begleitend zur Vorlesung wird eine Übung angeboten. Informationen zu den Terminen, zur Struktur und zu den Inhalten der Übung werden Ihnen in der ersten Vorlesung am 7. Oktober 2019 mitgeteilt.