

„Käuferverhalten“
Vorlesung mit integrierter Übung
WS 2012/2013
Aufbau und Literatur

Datum	Gegenstand	Literatur
20.10.2012 10.15 bis 11.45 Uhr	Organisatorisches & Einführung: Grundlagen des Käuferverhaltens und der Käuferverhaltensforschung	Foscht/Swoboda 2011, S. 3-16, Trommsdorff 2009, S. 15-23
20.10.2011 12.15 bis 13.45 Uhr	Kaufentscheidungen von Konsumenten: Arten und Erklärungsansätze; Psychische Erklärungsansätze des Kaufverhaltens: Aktivierende Prozesse und Zustände I	Foscht/Swoboda 2011, S. 16-73
20.10.2012 14.00 bis 15.30 Uhr	Psychische Erklärungsstrukture des Kaufverhaltens: Aktivierende Prozesse und Zustände II	Kroeber-Riel/Weinberg/ Gröppel- Klein 2009, S. 210-253; Foscht/Swoboda 2011, S. 37-73
17.11.2012 10.15 bis 11.45 Uhr	Psychische Erklärungsstrukture des Kaufverhaltens: Kognitive Prozesse und Zustände	Foscht/Swoboda 2011, S. 85-121; Trommsdorff 2009, S. 78-92, 99- 106
17.11.2012 12.15 bis 13.45 Uhr	Persönliche und soziale Determinanten des Käuferverhaltens	Foscht/Swoboda 2011, S. 134-154, Trommsdorff 2009, S. 194-230
17.11.2012 14.00 bis 15.30 Uhr	Präsentationen 1 - Einführung in die Projektarbeiten	
15.12.2012 10.15 bis 11.45 Uhr	Arten von Kaufentscheidungen von Konsumenten	Kroeber-Riel/Weinberg/ Gröppel- Klein 2009, S. 410-453
15.12.2012 12.15 bis 13.45 Uhr	Kaufprozesse von Konsumenten	Foscht/Swoboda 2011, S. 185-269
15.12.2012 14.00 bis 15.30 Uhr	Präsentationen 2 - Zwischenpräsentationen der Projektarbeiten	
12.01.2013 10.15 bis 11.45 Uhr	Spezielle Aspekte des Käuferverhaltens & Organisationales Kaufverhalten; Zusammenfassung & Klausurvorbereitung	Foscht/Swoboda 2011, S. 277-296
12.01.2013 12.15 bis 15.30 Uhr	Präsentationen 3 - Abschlusspräsentationen der Projektarbeiten	

Literatur

Basisliteratur

Foscht, T.; Swoboda, B. (2011): Käuferverhalten – Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen, 4. Aufl., Wiesbaden.

Kroeber-Riel, W.; Weinberg, P.; Gröppel-Klein, A. (2009): Konsumentenverhalten, 9. Aufl., München.

Trommsdorff, V. (2009): Konsumentenverhalten, 7. Aufl., 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.; Krohmer, H. (2009): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 3. 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.