

Bachelorstudium BWL
Vorlesung Käuferverhalten – WS 2018/19
 (Raum: AH-B 002, Zeit: jeweils Montag, 14.15 – 15.45 Uhr)

Datum	Gegenstand	Literatur
08.10.2018	Organisatorisches & Einführung: Aktuelle Trends und Herausforderungen der Käuferverhaltensforschung	
15.10.2018	Grundlagen des Käuferverhaltens und der Käuferverhaltensforschung	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 3-16, Trommsdorff 2009, S. 15-23
22.10.2018	Kaufentscheidungen von Konsumenten: Arten und Erklärungsansätze; Psychische Erklärungsansätze des Kaufverhaltens: Aktivierende Prozesse und Zustände (I)	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 19-36
29.10.2018	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
05.11.2018	Psychische Erklärungskonstrukte des Kaufverhaltens: Kognitive Prozesse und Zustände (I)	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 85-131; Trommsdorff 2009, S. 78-92, 99-106
12.11.2018	Psychische Erklärungskonstrukte des Kaufverhaltens: Kognitive Prozesse und Zustände (II)	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 85-131; Trommsdorff 2009, S. 78-92, 99-106
19.11.2018	Persönliche und soziale Determinanten des Kaufverhaltens (I)	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 133-165, Trommsdorff 2009, S. 194-230
26.11.2018	Persönliche und soziale Determinanten des Kaufverhaltens (II)	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 133-165, Trommsdorff 2009, S. 194-230
03.12.2018	Gastvortrag N.N.	
10.12.2018	Arten von Kaufentscheidungen von Konsumenten	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 167-181
17.12.2018	Weihnachtsvorlesung	
07.01.2019	Kaufprozesse von Konsumenten	Foscht/Swoboda /Schramm-Klein 2015, S. 185-269
14.01.2019	Spezielle Aspekte des Käuferverhaltens	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 273-333
21.01.2019	Organisationales Kaufverhalten	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2015, S. 273-333
28.01.2019	Zusammenfassung & Klausurvorbereitung	

Literatur

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.