

Vorlesung
Integriertes Marketing-Management
Univ.-Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein
Sommersemester 2024
Aufbau und Pflichtlektüre

Gegenstand der Veranstaltung	Pflichtliteratur
09.04.2024:	
Lektion 1: Einführung in das Integrierte Marketingmanagement	Readings: Walsh et al. 2020, S. 5-42; Lemon/Verhoef 2016
16.04.2024:	
Lektion 2: Strategien und Strategieentwicklung im integrierten Marketingmanagement	Readings: Walsh et al. 2020, S. 146-171; Welge et al. 2017, S. 17-24, S. 76-81, S. 84-105
23.04.2024:	
Lektion 3, Teil 1: Integriertes Produkt- und Innovationsmanagement	Readings: Homburg 2020a, S. 606-641
30.04.2024:	
Lektion 3, Teil 2: Integriertes Produkt- und Innovationsmanagement	Readings: Kuß/Kleinaltenkamp 2020, S. 167-204
07.05.2024:	
Lektion 4, Teil 1: Integriertes Preismanagement	Readings: Walsh et al. 2020, S. 333-366
14.05.2024:	
Lektion 4, Teil 2: Integriertes Preismanagement	Readings: Simon/Fassnacht 2016, S. 161-188
21.05.2024: Vorlesungsfrei (Pfingstferien)	
28.05.2024:	
Lektion 4, Teil 3: Integriertes Preismanagement	Readings: Thaler 1999

04.06.2024:	
Lektion 5, Teil 1: Integriertes Kommunikationsmanagement	Readings: Bruhn 2022, S. 188-231; Bruhn 2016, S. 103-128
11.06.2024:	
Lektion 5, Teil 2: Integriertes Kommunikationsmanagement	Readings: Esch et al. 2016, S. 129-152
18.06.2024:	
Lektion 6, Teil 1: Integriertes Vertriebsmanagement	Readings: Homburg 2020a, S. 940-960
25.06.2024:	
Lektion 6, Teil 2: Integriertes Vertriebsmanagement	Readings: Meffert et al. 2024, S. 550-570
02.07.2024:	
Lektion 6, Teil 3: Integriertes Vertriebsmanagement	Readings: Fürst/Leimbach/Prigge 2017
09.07.2024:	
Lektion 7: Integrative Betrachtung des Gesamt- Marketing-Mix	Readings: Tomczak et al. 2023, S. 171-187; Meffert et al. 2024, S. 791-813
16.07.2024:	
Lektion 8: Integriertes Kundenbeziehungsmanagement	Readings: Walsh et al. 2020, S. 245-274

Pflichtlektüre

Bruhn, M. (2016): Strategische Planung und Umsetzung einer Integrierten Kommunikation: Die Anbieterperspektive, in: Bruhn, M., Esch, F.-R., Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Strategische Kommunikation, Wiesbaden, S. 103-128.

Bruhn, M. (2022): Marketing, 15. Aufl., Wiesbaden.

Bruhn, M.; Gröppel-Klein, A.; Kirchgeorg, M. (2023): Managerial marketing and behavioral marketing: when myths about marketing management and consumer behavior lead to a misconception of the discipline, in: Journal of Business Economics, Vol. 93, S. 1055-1088, <https://doi.org/10.1007/s11573-023-01141-z>.

Esch, F.-R., Brunner, C.B., Petri, J. (2016): Strategische Planung und Umsetzung einer Integrierten Kommunikation: Die Nachfragerperspektive, in: Bruhn, M., Esch, F.-R., Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Strategische Kommunikation, Wiesbaden, S. 129-152.

Fürst A.; Leimbach M.; Prigge J-K. (2017): Organizational Multichannel Differentiation: An Analysis of Its Impact on Channel Relationships and Company Sales Success, in: Journal of Marketing, Vol. 81, Nr. 1, S. 59-82.

Homburg, Ch. (2020a): Marketingmanagement, 7. Aufl., Wiesbaden.

Kuß, A.; Kleinaltenkamp, M. (2020): Marketing-Einführung, 8. Aufl., Wiesbaden.

Lemon, K. N.; Verhoef, P. C. (2016): Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey, in: Journal of Marketing, Vol. 80, No. 6, S. 69-96.

Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M. (2024): Marketing, 14. Aufl., Wiesbaden.

Simon, H.; Fassnacht, M. (2016): Preismanagement, 4. Aufl., Wiesbaden.

Thaler, R.H. (1999): Mental Accounting Matters, in: Behavioral Decision Making, Vol. 12, No. 3, S. 183-206.

Tomczak, T.; Reinecke, S.; Gollnhofer, J. (2023): Marketingplanung, 8. Aufl., Wiesbaden.

Walsh, G.; Deseniss, A.; Kilian, T. (2020): Marketing, 3. Aufl., Wiesbaden.

Welge, M. K., Al-Laham, A., Eulerich, M. (2017): Strategisches Management, 7. Aufl., Wiesbaden.

Ergänzende Literatur

Backhaus, K.; Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing, 10. Aufl., München.

Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G. F., & Powell, I. (2014): Advertising: An integrated marketing communication perspective. McGraw-Hill Education.

Bruhn, M. (2019): Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 9. Aufl., München.

Bruhn, M. (2022): Relationship Marketing, 6. Aufl., München.

Bruhn, M.; Esch, F. R.; Langner, T. (Eds.). (2016): Handbuch Strategische Kommunikation: Grundlagen–Innovative Ansätze–Praktische Umsetzungen, Springer.

Esch, F.-R.; Herrmann, A.; Sattler, H. (2017): Marketing, 5. Aufl., München.

Foscht, T.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H. (2017): Käuferverhalten, 6. Aufl., Wiesbaden.

Hofmaier, R. (2014): Integriertes Marketing-, Vertriebs-und Kundenmanagement, Berlin.

Homburg, Ch. (2020b): Grundlagen des Marketingmanagements, 6. Aufl., Wiesbaden.

Kotler, P.; Keller, K. L.; Chernev, A. (2021): Marketing Management, 16. Aufl., Upper Saddle River.

Kroeber-Riel, W.; Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München.

Swoboda, B., Foscht, T.; Schramm-Klein, H. (2019): Handelsmanagement, 4. Aufl., München.

Swoboda, B.; Schramm-Klein, H., Halaszovich, T. (2022): Internationales Marketing, 4. Aufl., München.

Wöhe, G. (2023): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28. Aufl., München.