

**Marketing
WS 2009/2010**

Aufbau und Pflichtlektüre

Datum	Gegenstand	Literatur
15.10.2009	Einführung	Meffert/Burmann/Kirchgeorg 2008, S. 3-32
22.10.2009	Marketingziele und Marketingstrategien	Meffert/Burmann/Kirchgeorg 2008, S. 237-261
29.10.2009	Grundlagen und Methoden des strategischen Marketing	Homburg/Krohmer 2009a, S. 422-434, 463-468, 514-521
05.11.2009	Informatorische Grundlagen des Marketing und Käuferverhalten	Meffert/Burmann/Kirchgeorg 2008, S. 91-126
12.11.2009	Informatorische Grundlagen des Marketing und Käuferverhalten	Homburg/Krohmer 2009a, S. 140-166
19.11.2009	Produkt- und Markenpolitik	Homburg/Krohmer 2009b, S. 159-184
26.11.2009	Preis- und Konditionenpolitik	Homburg/Krohmer 2009b, S. 185-206
03.12.2009	Kommunikationspolitik	Homburg/Krohmer 2009b, S. 208-241
10.12.2009	Distributionspolitik	Homburg/Krohmer 2009a, S. 828-859
17.12.2009	Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing	Homburg/Krohmer 2009b, S. 264-271, 286-297
14.01.2010	Handelsmarketing	Homburg/Krohmer 2009a, S. 966-995
21.01.2010	Gastvortrag zu Marketingstrategie und -instrumenten von „Cab“ von Lars Dammertz, Leitung Produktmanagement Krombacher Brauerei	
28.01.2010	Marketingimplementierung	Bruhn 2009, S. 279-299
04.02.2010	Internationales Marketing	Homburg/Krohmer 2009a, S. 1034-1077

Literatur

Basisliteratur

Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M. (2008): Marketing, 10. Aufl., Wiesbaden.

Homburg, C.; Krohmer, H. (2009a): Marketingmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden.

Homburg, C.; Krohmer, H. (2009b): Grundlagen des Marketingmanagements, 2. Aufl., Wiesbaden.

Vertiefungsliteratur

Freter, H. (2004): Marketing, München.

Sander, M. (2004): Marketing-Management, Stuttgart.

Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H. (2006): Internationales Marketing, München.

Bruhn, M. (2009): Marketing, 9. Aufl., Wiesbaden.

Esch, F.-R.; Herrmann, A.; Sattler, H. (2007): Marketing, 2. Aufl., München.

Kotler, P.; Keller, K. L. (2008): Marketing Management, 13. Aufl., Upper Saddle River.

Backhaus, K.; Voeth, M. (2007): Industriegütermarketing, 8. Aufl., München.

Bruhn, M. (2008): Relationship Marketing, 2. Aufl., München.

Kotler, P.; Keller, K. L.; Bliemel, F. (2007): Marketing-Management, 12. Aufl., Stuttgart.

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

Liebmann, H.-P.; Zentes, J.; Swoboda, B. (2008): Handelsmanagement, 2. Aufl., München.

Meffert, H. (2000): Marketing, 9. Aufl., Wiesbaden.

Nieschlag, R.; Dichtl, E.; Hörschgen, H. (2002): Marketing, 19. Aufl., Berlin.

Zentes, J.; Swoboda, B. (2001): Grundbegriffe des Marketing, 5. Aufl., Stuttgart.

Wöhe, G.; Döring, U. (2005): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 22. Aufl., München. (S. 390-406, S. 445-454, S. 470-509)

Zentes, J. (2005): Marketing, in: Bitz, M.; Dellmann, K.; Domsch, M.; Wagner, F. W. (Hrsg.): Vahlens Kompendium der Betriebswirtschaftslehre, 5. Aufl., München, S. 309-384.