

**Modul: Marketing**  
**Univ.-Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein**  
**Sommersemester 2024**  
**Aufbau und Pflichtlektüre**

<b>Gegenstand der Veranstaltung</b>	<b>Pflichtliteratur</b>
<b>10.04.2024:</b>	
Lektion 1: Einführung in das Marketing	Readings: Meffert et al. 2024, S. 2-49
<b>17.04.2024:</b>	
Lektion 2: Marketingziele und -strategien	Readings: Meffert et al. 2024, S. 59-62, S. 249-260, S. 272-309, S. 311-315
<b>24.04.2024:</b>	
Lektion 3, Teil 1: Grundlagen und Methoden des strategischen Marketing	Readings: Homburg 2020a, S. 467-502
<b>01.05.2024: „Tag der Arbeit“/„Maifeiertag“</b>	
<b>08.05.2024:</b>	
Lektion 3, Teil 2: Grundlagen und Methoden des strategischen Marketing	Readings: Bruhn 2022, S. 51-67; Homburg 2020a, S. 573-586
<b>15.05.2024:</b>	
Lektion 4 – Teil 1: Informatorische Grundlagen des Marketing und Käuferverhalten	Readings: Meffert et al. 2024, S. 94-115
<b>22.05.2024:</b>	
Lektion 4 – Teil 2: Informatorische Grundlagen des Marketing und Käuferverhalten	Readings: Homburg 2020a, S. 25-56
<b>29.05.2024:</b>	
Lektion 5, Teil 1: Produkt- und Markenpolitik	Readings: Homburg 2020b, S. 168-193
<b>05.06.2024:</b>	
Lektion 5, Teil 2: Produkt- und Markenpolitik	Readings: Homburg 2020a, S. 675-694

<b>12.06.2024:</b>	
Materialien Lektion 6: Preis- und Konditionenpolitik	Readings: Homburg 2020b, S. 195-217
<b>19.06.2024:</b>	
Lektion 7 – Teil 1: Kommunikationspolitik	Readings: Homburg 2020b, S. 219-230
<b>26.06.2024:</b>	
Materialien Lektion 7 – Teil 2: Kommunikationspolitik	Readings: Homburg 2020b, S. 230-263
<b>03.07.2024:</b>	
Materialien Lektion 8: Vertriebspolitik	Readings: Homburg 2020b, S. 266-284
<b>10.07.2024:</b>	
Materialien Lektion 9: Marketingimplementierung	Readings: Bruhn 2022, S. 267-291
<b>17.07.2024:</b>	
Materialien Lektion 10: Sektorale Besonderheiten des Marketing	Readings: Homburg 2020b, S. 287-308; S. 308-322

## **Pflichtlektüre**

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

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

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

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

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

## **Vertiefungsliteratur**

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

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

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>.

Dittrich, F. (2020): Was ich im BWL-Studium hätte lernen sollen, 2. Aufl., Wiesbaden.

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

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

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

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.

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

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