

Bachelorstudium BWL

Vorlesung Marketing

(Raum: AR-E 8101 Audimax; Zeit: jeweils Dienstag, 12 – 14 Uhr)

Sommersemester 2018

PD Dr. Sascha Steinmann

Aufbau und Literaturhinweise

Datum	Thema	Literatur
10.04.2018	Organisatorisches und Einführung	
17.04.2018	Grundlagen des Marketing	Meffert/Burmann/Kirchgeorg 2015, S. 1-30
24.04.2018	Marketingziele und Marketingstrategien	Meffert/Burmann/Kirchgeorg 2015, S. 205-306
01.05.2018	Feiertag	
08.05.2018	Grundlagen und Methoden des strategischen Marketing	Homburg 2017a, S. 433-550
15.05.2018	Informativische Grundlagen des Marketing und Käuferverhalten	Meffert/Burmann/Kirchgeorg 2015, S. 87-204; Homburg 2017a, S. 249-326
22.05.2018	Pfingstferien	
29.05.2018	Produkt- und Markenpolitik	Homburg 2017b, S. 165-191
05.06.2018	Preis- und Konditionenpolitik	Homburg 2017b, S. 193-215
12.06.2018	Kommunikationspolitik	Homburg 2017b, S. 217-258
19.06.2018	Distributionspolitik	Homburg 2017a, S. 863-926
26.06.2018	Sektorale Besonderheiten: Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing	Homburg 2017a, S. 273-279, 973-1012; S. 1053-1088
03.07.2018	Handelsmarketing und Internationales Marketing	Homburg 2017a, S. 1013-1052; Homburg 2017a, S. 1089-1138
10.07.2018	Marketingimplementierung	Bruhn 2012, S. 279-291
17.07.2018	Zusammenfassung und Klausurvorbereitung	

Literaturhinweise

Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M. (2015): Marketing, 12. Aufl. (oder ältere), Wiesbaden.

Homburg, C. (2017a): Marketingmanagement, 6. Aufl. (oder ältere), Wiesbaden.

Homburg, C. (2017b): Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Aufl. (oder ältere), Wiesbaden.

Vertiefungsliteratur

Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H. (2013): Internationales Marketing, 3. Aufl., München.

Bruhn, M. (2016): Marketing, 13. Aufl., Wiesbaden.

Esch, F.-R.; Herrmann, A.; Sattler, H. (2013): Marketing, 4. Aufl., München.

Kotler, P.; Keller, K. L. (2016): Marketing Management, 16. Aufl., Upper Saddle River.

Backhaus, K.; Voeth, M. (2009): Industriegütermarketing, 9. Aufl., München.

Bruhn, M. (2009): Relationship Marketing, 2. Aufl., München.

Kotler, P.; Keller, K. L.; Bliemel, F. (2015): Marketing-Management, 14. Aufl., Stuttgart.

Kroeber-Riel, W.; Weinberg, P.; Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten, 10. Aufl., München.

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

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. (2010): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 24. Aufl., München. (S. 381-416)

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.

...