

Modul: Marketing
Sommersemester 2022
Aufbau und Pflichtlektüre

Gegenstand der Veranstaltung	Pflichtliteratur
05.04.2022:	
Lektion 1: Einführung in das Marketing	Readings: Meffert et al. 2019, S. 3-47, Bruhn 2019, S. 13-38
13.04.2022:	
Lektion 2: Marketingziele und -strategien	Readings: Meffert et al. 2019, S. 279-325
20.04.2022:	
Lektion 3, Teil 1: Grundlagen und Methoden des strategischen Marketing	Readings: Homburg 2020a, S. 467-502
27.04.2022:	
Lektion 3, Teil 2: Grundlagen und Methoden des strategischen Marketing	Readings: Bruhn 2019, S. 72-78; Homburg 2020a, S. 573-586
04.05.2022:	
Lektion 4 Teil 1: Informatorische Grundlagen des Marketing und Käuferverhalten	Readings: Homburg 2020a, S. 25-41
11.05.2022:	
Lektion 4 Teil 2: Informatorische Grundlagen des Marketing und Käuferverhalten	Readings: Homburg 2020a, S. 41-56
18.05.2022:	
Lektion 5, Teil 1: Produkt- und Markenpolitik	Readings: Homburg 2020b, S. 168-193
25.05.2022:	
Lektion 5, Teil 2: Produkt- und Markenpolitik	Readings: Homburg 2020a, S. 675-694
01.06.2022:	
Materialien Lektion 6: Preis- und Konditionenpolitik	Readings: Homburg 2020b, S. 195-217

08.06.2022:	
Lektion 7 – Teil 1: Kommunikationspolitik	Readings: Homburg 2020b, S. 219-230
15.06.2022:	
Materialien Lektion 7 – Teil 2: Kommunikationspolitik	Readings: Homburg 2020b, S. 230-263
22.06.2022:	
Materialien Lektion 8: Vertriebspolitik	Readings: Homburg 2020b, S. 266-284
29.06.2022:	
Materialien Lektion 9: Marketingimplementierung	Readings: Bruhn 2019, S. 287-312
06.07.2022:	
Materialien Lektion 10 - Teil 1: Sektorale Besonderheiten des Marketing	Readings: Homburg 2020b, S. 287-308
15.07.2021:	
Materialien Lektion 10 – Teil 2: Sektorale Besonderheiten des Marketing Hinweise zur Klausur	Readings: Homburg 2020b, S. 308-322

Pflichtlektüre

Bruhn, M. (2019): Marketing, 14. Aufl., Wiesbaden.

Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M. (2019): Marketing, 13. 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. (2016): Relationship Marketing, 5. Aufl., München.

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. (2016): Marketing Management, 16. Aufl., Upper Saddle River.

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

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

Kuß, A.; Kleinaltenkamp, M. (2016): Marketing-Einführung, 7. Aufl., Wiesbaden.

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

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

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

Tomczak, T.; Kuß, A.; Reinecke, S. (2014): Marketingplanung, 7. Aufl., Wiesbaden.

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

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.

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

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