

Dipl.-Kfm. Dietmar Pfaff
 Lehrbeauftragter
 Fachbereich Wirtschaft
 Fachgebiet Marketing
 UNIVERSITY OF APPLIED
 SCIENCES
 SS 2004

**ABSATZPOLITISCHE INSTRUMENTE 1:
 (MARKETING-MIX I)
 PRODUKT- UND PREISPOLITIK,
 COMPETITIVE INTELLIGENCE,
 ORGANISATION UND CONTROLLING**



LITERATURVERZEICHNIS

<u>Verfasser</u>	<u>Titel</u>	<u>Jahr</u>	<u>Aufl.</u>	<u>Signatur</u>
Aaker, A.D.	Strategisches Markt-Management	1989	7	Wir 680 137
Abraham, J.	1000 Supertipps für Power-Marketing mit kleinem Budget	2000		
Arnold, U./ Eierhoff,K.	Marketingfocus: Produktmanagement	1993		Wir 905 217
Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R.	Multivariate Analysemethoden	2000		
Becker, L./Lukas, A.	Effizienz im Marketing: Marketingprozesse optimieren statt Leistungspotenziale vergeuden	1994		
Berekoven, L.	Internationales Marketing	1985	2	Wir 908 4
Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.	Marktforschung	1999		
<u>Bliemel, F./ Kotler, P.H.</u>	Marketing-Management – Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung	2001	10	Wir 905 10
Braun, R.	NLP eine Einführung	2003		
Bruhn, M.	Handbuch des Marketing	1989		Wir 905 166
Bruhn, M.	Integrierte Kundenorientierung – Implementierung einer kundenorientierten Unternehmensführung	2002		
Bruhn, M.	Marketingübungen	2001		
Capon, N.	Praxishandbuch Key-Account-Management	2003		
Dannenberg, M./Barthel, S.	Effiziente Marktforschung	2002		
Dannenberg, M./Wildschütz, F./Merkel, S.	Handbuch Werbeplanung	2003		
Dichtl,E./ Eggers,W.	Marke und Markenartikel	1992		Wiwi/ BWL 1 <021>
Diller, H.	Preispolitik	2000	3	Wir 20/ 3

<u>Dreger, W.</u>	Counter Intelligence	1998		
Dörrbecker, K./Fissenwert-Goßmann, R.	Wie Profis PR-Konzeptionen entwickeln	1997		
Eschenbach, R.	Strategische Konzepte	1996	3	Wir 810 249
Förster, A./Kreuz, P.	Offensives Marketing im E-Business – Loyale Kunden gewinnen, CRM- Potenziale nutzen	2002		
Freter, H.	Marktsegmentierung, in: HdB, 5. Aufl., Bd. 2, Sp. 2803 - 2818	1983	5	Wiwi Sem 23/1082
Friedrich, K.	Erfolgreich durch Spezialisierung	2003		
Fritz, W.	Internet-Marketing und Electronic Commerce	2000		Wir 905 340
Gams, M.	Kleine Gesten, große Wirkung	2002		
Gedenk, K.	Verkaufsförderung	2002		
Gerke, H.	Der Berg	2003		
Gmeiner, A.	Das Low-Budget-Werbe 1x1	2002		
Godefroid, P.	Business-to-Business Marketing	1995		
Graumann, J./Weissmann, A.	Konkurrenzanalyse und Marktforschung	1998		
Hamann, P./Erichson, B.	Marktforschung	1994		
Helmke, S./Uebel, M.F./Dangelmaier, W.	Effektives Customer Relationship Management	2003		
Herbst, D.	Internet – PR	2001		Wir „X“ bestellt
Herrmann, C./ Sulzmaier, S.	„E-Marketing“: Erfolgskonzepte der dritten Generation	2001		
Hill, W./ Rieser, I.	Marketing-Management	1990		Wir 905 121
Hirzel, M.	Management Effizienz	1989		
Hofert, S.	Geld verdienen mit dem eigenen Online- Shop	2001		Wir „X“ bestellt
Hörschgen, H. (Hrsg.)	Marketing-Strategien	1993	2	Wiwi Sem. 23/1429
<u>Hüttel, K.</u>	Produktpolitik	1992	2	Wir 900 30
Hüttner, M./ v. Ahsen, A./ Schwaring, U.	Marketing-Management	1999	2	
Joppe, J./Ganowski, C./Ganowski, F.-J.	Kosten senken – jetzt!	2003		
Keuper, F.	E-Business, M-Business und T-Business – Digitale Erlebniswelten aus Sicht von Consulting-Unternehmen	2003		
Kleinkückelskoten, H.-D./ Schnetkamp, G.	Erfolgsfaktoren für Marketingstrategien			
Koppelman, U.	Produktmarketing: Entscheidungs- grundlage für Produktmanager	1993	4	Wir 905 208

<u>Kotler, Ph./ Bliemel, F.</u>	Marketing-Management. Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung	2001	10	Wir 905 10
Kotler, Ph.	Grundlagen des Marketing	1999		
Kralicek, P.	Grundlagen der Kalkulation	2003		
Krause, J.	E-Commerce und Online-Marketing: Chancen, Risiken und Strategien	2000	2	Wir 180 6
Kreikebaum, H.	Strategische Unternehmensplanung	1997		
Kroeber-Riel, W.	Konsumentenverhalten	2003		
Kroeber-Riel, W.	Strategie und Technik der Werbung: Verhaltenswissenschaftliche Ansätze	2000		
<u>Kunze, C.W.</u>	Competitive Intelligence	2000		
Lasslop, I.	Effektivität und Effizienz von Marketing-Events	2003		
Leibfried, K.; McNair, C.C.	Benchmarking. Von der Konkurrenz lernen, die Konkurrenz überholen	1996	2	Wir 680 158
Levinson, J.C.	Guerilla Marketing für Fortgeschrittene – Erfolg im kleineren Unternehmen: 50 Goldene Regeln	1994		
<u>Lux, C./Peske, T.</u>	Competitive Intelligence und Wirtschaftsspionage	2002		
<u>McGonagle, J./Vella, C.</u>	Outsmarting	1994		
Maurer, M.E.	Almdudler – Nur eine Limonade?	2000		
<u>Meffert, H.</u>	Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung	2000	9	FB Wir 905 23
<u>Meffert, H.</u>	Marketing-Management. Analyse - Strategie - Implementierung	1994		Wir 905 229
Meffert, H.	Lexikon der aktuellen Marketing-Begriffe	1997		
Meyer, A.	Offensives Marketing. Gewinnen mit P.O.I.S.E. Märkte gestalten – Potentiale nutzen.	2000		Wir „X“ bestellt
<u>Michaeli, R.</u>	Competitive Intelligence	2004		Erscheint in 2004
Neumann, D.	Erlebnismarketing Eventmarketing	2003		
<u>Nieschlag, R./ Dichtl, E./ Hörschgen, H.</u>	Marketing	2002	19	Wir „X“ bestellt
Pawlowitz, N.	Marketing im Internet	2000		FB dav 620 INTERNET 53
<u>Pepels, W.</u>	Moderne Marketingpraxis: Die Instrumente im Marketing	1992		Wir 905 210
<u>Pfaff, D.</u>	Praxishandbuch Marketing	2004		Erscheint Sept. 2004

<u>Pfaff, D./Altensen, A./Glasbrenner, C.</u>	Kick-Off Studie Competitive Intelligence	2003		
Piller, F.T.	Kundenindividuelle Massenproduktion	1998		
<u>Porter, M.E.</u>	Wettbewerbsstrategie, 9. Aufl.	1997	9	Wir 200 13
Preißner, A.	Marketing – u. Vertriebssteuerung. Planung u. Kontrolle mit Kennzahlen u. Balanced Scorecard	2000		Wir „X“ bestellt
Reinecke, S./Tomczak, T.	Handbuch Marketingcontrolling	2001		
Ries, A./Trout, J.	Marketing fängt beim Kunden an: Taktik geht vor Strategie (Bottom-up marketing)	1990	1	Wirtschaft d. HH <205>
Roxin, J.	Wettbewerbsanalyse und Wettbewerbsstrategie in internationalisierenden Branchen	1992	1	Wir 810 101
Schneider, D.	Marketing 2.0 – Absatzstrategien für turbulente Zeiten	2001		
Simon, R.	Wer wagt, gewinnt. Wie Sie mit frechen Ideen Ihre Ziele erreichen.	2001		Wir „X“ bestellt
Smith, B./Vlams, A.	Die Yahoo! Methode: Die 10 Erfolgsgeheimnisse des bekanntesten Dienstleisters im World Wide Web	2001		
Steimer, F.	Mit e-Commerce zum Markterfolg	2000		FB wir 179 6
Stender-Monhemius, K.	Marketing: Grundlagen mit Fallstudien	2002		
Stokburger, G./Pufahl, M.	Kosten senken mit CRM – Strategien, Methoden und Kennzahlen	2002		
Stolpmann, M.	Kundenbindung im E-Business	2000		Wir 909 920
Stolpmann, M.	Online-Marketingmix	2001		
Theobald, A./Dreyer, M./Starsetzki, T.	Online-Marktforschung	2001		
<u>Ulfkotte, U.</u>	Marktplatz der Diebe	1999		
Voß, H.	Internationale Wettbewerbsstrategien	1989		Wir 810 261
Weis, H.C.	Kompakt-Training Marketing	2001		
Weis, H.C.	Marktforschung	2002		
Werner, H.	Supply Chain Management – Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling	2000		
Wöhe, G.	Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre	1993		
Zanetti, D.	Kundenverblüffung	2003		
Zentes, J.	Grundbegriffe des Marketing	2001		
Ziegenbein, K.	Kompakt-Training Controlling	2001		

Erläuterungen:

- Wirtschaftswissenschaften BWL 1-2,6-7 – Licher Str. 66, Giessen
- Wirtschaftswissenschaften/VWL – Licher Str. 62, Giessen
- Wirtschaftswissenschaftliches Seminar – Licher Str. 68, Giessen
- Wirtschaft der Haushalte – Bismarckstraße 37, 1. Stock, Giessen
- UB - Uni-Bibliothek Giessen
- FB - Bibliothek FH Friedberg
- Wir, Dav – Bibliothek FH Giessen

Legende :

 : besonders vorlesungsrelevante Literatur

Fett: zusätzlich zu empfehlende Literatur