

Bachelorstudium BWL: Käuferverhalten – WS 2020/2021

Dr. Gerhard Wagner

(Vorlesungsbeginn: 03.11.2020; dienstags neue Vorlesungsinhalte in Moodle)

Datum	Gegenstand	Literatur
03.11.2020	Organisatorisches; Grundlagen des Käuferverhaltens	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2017, S. 3-21, Kroeber-Riel/Gröppel-Klein 2019, S. 3-9
10.11.2020	Arten von Kaufentscheidungen und Erklärungsansätze	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2017, S. 21-24, 167-182; Kroeber- Riel/Gröppel-Klein 2019, S. 386-416
17.11.2020	Käuferverhaltensmodelle	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2017, S. 25-36; Kroeber-Riel/Gröppel-Klein 2019, S. 390-393
24.11.2020	Psychische Erklärungsstrukture (I): Aktivierende Prozesse und Zustände	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2017, S. 37-85; Kroeber-Riel/Gröppel-Klein 2019, S. 51-256
01.12.2020	Psychische Erklärungsstrukture (II): Kognitive Prozesse und Zustände	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2017, S. 85-132; Kroeber-Riel/Gröppel-Klein 2019, S. 257-385
08.12.2020	Moderatoren des Konsumentenverhaltens: Persönliche, soziale und kulturelle Determinanten	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2017, S. 133-166
15.12.2020	Weihnachtsvorlesung: Schenker- und Beschenkteverhalten	
05.01.2021	Kaufprozesse von Konsumenten	Foscht/Swoboda /Schramm-Klein 2017, S. 183-229
12.01.2021	Online-Gastvortrag von Martin Achatzi: „Wie aus einem kleinen Fotofachgeschäft in Bad Laasphe Europas Canon Shop Nr. 1 wurde“	
19.01.2021	Trends im Käuferverhalten und Herausforderungen für die Käuferverhaltensforschung	Kroeber-Riel/Gröppel-Klein 2019, S. 10-34
26.01.2021	Theoretische Grundlagen des organisationalen Kaufverhaltens	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2017, S. 273-293
02.02.2021	Strukturen und Abläufe organisationaler Kaufentscheidungen	Foscht/Swoboda/Schramm-Klein 2017, S. 294-338
09.02.2021	Zusammenfassung & Klausurvorbereitung	

Wichtiger Hinweis: Begleitend zur Vorlesung wird eine Übung angeboten. Informationen zu den Terminen, zur Struktur und zu den Inhalten der Übung finden Sie in Moodle.

Literaturhinweise

Basisliteratur

Foscht, T.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H. (2017): Käuferverhalten – Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen, 6. Aufl., Wiesbaden. ([Link](#))

Kroeber-Riel, W.; Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München. ([Link](#))

Vertiefungsliteratur

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

Blackwell, R.D.; Miniard, P.W.; Engel, J.F. (2006): Consumer Behavior, 10. Aufl., Mason, Ohio.

Bruhn, M. (2016): Relationship Marketing, 5. Aufl., München.

Bruhn, M. (2014): Marketing, 12. Aufl., Wiesbaden.

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

Hellmann, K.U. (2013): Der Konsum der Gesellschaft – Studien zur Soziologie des Konsums. Wiesbaden.

Homburg, Ch. (2020): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden.

Hoyer, W.D.; MacInnis, D.J.; Pieters, R. (2016): Consumer Behavior, 7. Aufl., Boston, MA.

Kotler, Ph.; Keller, K.L.; Opresnik M.O. (2017): Marketing Management, 15. Aufl., Upper Saddle River, New Jersey.

Nimmermann, F. (2020): Congruency, Expectations and Consumer Behavior in Digital Environments, Wiesbaden.

Kuß, A.; Tomczak, T. (2007): Käuferverhalten, 4. Aufl., Stuttgart.

Schiffman, L.G.; Wisenblit, W.L. (2019): Consumer Behavior, 12. Aufl., Upper Saddle River, NJ.

Solomon, M.; Bamossy, G.; Askegaard, S. (2020): Consumer Behavior: Buying, Having, Being, 13. Aufl.,

Trommsdorff, V.; Teichert, T. (2011): Konsumentenverhalten, 8. Aufl., Stuttgart.

Wagner, G. (2015): Multichannel E-commerce: Consumer Behavior across E-channels and E-channel Touchpoints, Siegen.

Wichtiger Hinweis: Begleitend zur Vorlesung wird eine Übung angeboten. Informationen zu den Terminen, zur Struktur und zu den Inhalten der Übung finden Sie in Moodle.