



LITERATURLISTE FÜR DIE FACHPRÜFUNG – SBWL MARKETING UND INTERNATIONALES MANAGEMENT

Der Umfang des Prüfungsstoffes in der Literatur wird durch den Inhalt der jeweiligen Vorlesungen und Übungen abgegrenzt.

Es ist ein eigener Handapparat mit ausgewählter Literatur zur Fachprüfung Marketing und Internationales Management an der Universitätsbibliothek der Alpen-Adria Universität Klagenfurt eingerichtet.

MIM-Grundlagen 1: Vorlesung

(vormals Marketing I: VO aus Strategisches und operatives Marketing)

Alternativ eines der folgenden Standardwerke:

- Homburg, C./Krohmer, H.: Marketingmanagement, aktuelle Auflage, Wiesbaden.
- Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M.: Marketing, aktuelle Auflage, Wiesbaden.
- Nieschlag, R./Dichtl, E./Hörschgen, H.: Marketing, 19. überarb. u. erg. Aufl., Berlin 2002.
- Kotler, P./Keller, K.L./Bliemel, F.: Marketing-Management, aktuelle Auflage, München.

Empfehlenswerte Ergänzungsliteratur:

- Kroeber-Riel, W./Weinberg, P.: Konsumentenverhalten, 8. akt. u. erg. Aufl., München 2003.
- Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 22. neubearb. Aufl., München 2005.

MIM-Grundlagen 2b: Vorlesung

(vormals Marketing II: VO aus Internationales Marketing)

- Albaum, G./Strandkov, J./Duerr, E.: Internationales Marketing und Exportmanagement, 3. Aufl., München 2001: Kapitel 5 – 13 (abzüglich Fallstudien, Fragen zur Diskussion und Literaturhinweisen).
- Bartlett Ch. A./Ghoshal S./Birkinshaw J.: Transnational Management, Text, Cases and Readings in Cross-border Management, 4th ed., Boston, Mass. et al. 2004: gesamtes Buch (Fallstudien ausgenommen).
- Kutschker M./Schmid S: Internationales Management, 3. Aufl., München - Wien 2004: Kapitel „Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien“, „Zielmarktstrategien“, „Timingstrategien“, „Allokationsstrategien“.

MIM-Grundlagen 2a: Vorlesung

(vormals Marketing II: VO aus Business-to-Business Marketing)

- Schneider D. J. G.: Einführung in das Technologie-Marketing, München-Wien 2002: Kapitel III & Kapitel IV.

MIM-Grundlagen 3: Übung

(vormals Marketing II: Internationales Marketing & B2B Marketing (Übung))

- Literatur aus MIM-Grundlagen 2b: Vorlesung
- Literatur aus MIM-Grundlagen 2a: Vorlesung



MIM-Grundlagen 4: Übung

(vormals Marktforschung (Übung))

Bibliothek

- Homburg, C./Krohmer, H.: Marketingmanagement, aktuelle Auflage, Wiesbaden: Kapitel 6 „Grundlagen und Prozess der Marktforschung“, Kapitel 7 „Datenanalyse und -interpretation“.

Empfehlenswerte Ergänzungsliteratur:

- Backhaus, K. et al.: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 11. überarb. Aufl., Berlin et al. 2006.
- Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 11. überarb. Aufl., Wiesbaden 2006.
- Hüttner, M./Schwartz, U.: Grundzüge der Marktforschung, 7. überarb. Aufl., München – Wien 2002.
- Malhotra, N.K./Birks, D.F.: Marketing Research. An Applied Approach, 3rd European ed., Harlow, England et al. 2007.

Bibliothek

MIM-Vertiefung 1: Vorlesung

(vormals Marketing III: VO aus Internationales Konsumentenverhalten)

Bibliothek

- Kroeber-Riel, W./Weinberg, P.: Konsumentenverhalten, akt. Aufl., München.
- Weinberg, P./Diehl, S./Terlutter, R.: Konsumentenverhalten angewandt – Arbeitsbuch, München 2003.

Empfehlenswerte Ergänzungsliteratur:

- Blackwell, R. D./Miniard, P. W./Engel, J. F.: Consumer Behavior, 10th ed., Mason, Ohio et al. 2006.
- Kroeber-Riel, W.: Bildkommunikation, München 1996. (oder 1993).
- Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Werbung, 6. Aufl., Stuttgart 2004.
- Peter, J. P./Olson, J. C.: Consumer Behavior and Marketing Strategy, 7th edition, Chicago, Ill. et al. 2004.
- Weinberg, P. (1992): Erlebnismarketing, München 1992.
- Bryman, A./ Bell, E.: "business research methods", Oxford University Press, neueste Auflage.

Bibliothek

MIM-Vertiefung 2: Übung

(vormals Käuferverhalten (Übung))

Literatur aus MIM-Vertiefung 1: Vorlesung

MIM-Vertiefung 3: Seminar

(vormals Marketingseminar I und II)

Seminare behandeln wechselnde Schwerpunktthemen aus dem Bereichen Marketing und Internationales Management. In den Seminaren werden Literaturhinweise gegeben. Seminare werden in den Fachprüfungen nicht geprüft.

Je nach Art und Umfang der im jeweiligen Studienplan (ABW bzw. Informationsmanagement) verankerten Fachprüfung sind die Literaturangaben folgender Lehrveranstaltungen relevant:

Betriebswirtschaftlicher Schwerpunktbereich – Grundlagen – Bachelor & Master

Relevant für Bachelor ABW (nur schriftlich, 10 SWS), Master ABW Grundlagen (10 SWS), Wirtschaft & Recht (Grundzüge eines weiteren Schwerpunktbereichs, 10 SWS), Master Informationsmanagement Grundlagen (10 SWS), Bachelor Informationsmanagement Betriebswirtschaftlicher Schwerpunktbereich Grundlagen und Anwendung (8 SWS)

Lehrveranstaltungen:

- MIM-Grundlagen 1: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 2a: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 2b: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 3: Übung
- MIM-Grundlagen 4: Übung
- MIM-Grundlagen 5: Seminar (keine Literatur)

Ergänzendes geb. Wahlfach Marketing und Internationales Management Master – Grundlagen (6 SWS)

Lehrveranstaltungen:

- MIM-Grundlagen 1: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 2b: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 4: Übung
- MIM-Grundlagen 5: Seminar (keine Literatur)

Vertiefung in Marketing und Internationales Management - Master

Relevant für: Master ABW Vertiefung + ergänzendes geb. Wahlfach Vertiefung (6 SWS)

Lehrveranstaltungen:

- MIM-Vertiefung 1: Vorlesung
- MIM-Vertiefung 2: Übung
- MIM-Vertiefung 3: Seminar (keine Literatur)

Betriebswirtschaftlicher Schwerpunktbereich – Große Spezielle – Alter Studienplan – Diplomstudium Relevant für: Große Spezielle (16 SWS) – ALTER Studienplan

Lehrveranstaltungen

- MIM-Grundlagen 1: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 2a: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 2b: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 3: Übung
- MIM-Grundlagen 4: Übung
- MIM-Grundlagen 5: Seminar
- MIM-Vertiefung 1: Vorlesung
- MIM-Vertiefung 3: Seminar (keine Literatur)

Grundlagen eines betriebswirtschaftlichen Schwerpunktbereichs – Kleine Spezielle – Alter Studienplan - Diplomstudium

Relevant für: Kleine Spezielle (8 SWS) – ALTER Studienplan

Lehrveranstaltungen

- MIM-Grundlagen 1: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 2a: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 2b: Vorlesung
- MIM-Grundlagen 4: Übung
- MIM-Grundlagen 5: Seminar (keine Literatur)