



Information zur

Fachprüfung Spezielle BWL Business-to-Consumer Management

Prüfungsstoff

1. Zentes, J./Swoboda, B./Foscht T. (2012): Handelsmanagement, 3. Aufl., München: Vahlen.
(Zweites Kapitel, Drittes Kapitel; exkl. Fallstudien)
2. Bruhn, M. (2009): Relationship Marketing, 2. Aufl., München: Vahlen.
(Kapitel 1-6)
3. Lovelock, C./Wirtz, J. (2010): Services Marketing, People, Technology, Strategy, 7. Aufl., Prentice Hall.
(Kapitel 1,4,6 und 8-14; exkl. Fallstudien, Service Perspectives und Research Insights)
4. Anderson, J. C./Narus, J. A./Narayandas, D. (2009): Business Market Management, Understanding, Creating, and Delivering Value, 3. Aufl., Prentice Hall.
(Kapitel 2-10; exkl. Fallstudien und Boxes)
5. Bruhn, M. (2005): Marketing für Nonprofit-Organisationen, Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Stuttgart: Kohlhammer
(Kapitel 1,2,7,8,9)

Punkt 1 – 4

Für Studierende, die bis zum Sommersemester 2011 das PS Business-to-Business Management erfolgreich absolviert haben und den Abschluss der SBWL Business-to-Consumer Management anstreben.

Punkt 1 – 5, exklusive Punkt 4

Für Studierende, die im Wintersemester 2011/12 mit der SBWL Business-to-Consumer Management beginnen.