

Weiterführende Literatur

Die hier aufgeführte Literatur wird vom GWA Kompetenz-Programm vorgeschlagen.

Allgemein

Behind the Scenes in Advertising

Jeremy Bullmore

The cumulative wisdom and insight of a genuinely creative mind marks Jeremy Bullmore out as an original thinker, not just about advertising, but life in business. His perspective of enlightenment comes through beautifully in a highly entertaining way.

Marketing

Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe

Mugler, J.

Springer Wien/NewYork 1999, 3. Aufl.

Brand Manners

Hamish Pringle and William Gordon

Wiley

0-471-49606-5

No matter how good the brand positioning work, it can be ruined by a poor interaction between customer and brand reputation. This book shows how a company can align its internal and external brand values to build a self-confident organisation.

Business-to-Business-Marketing

Godefroid, P.

Kiehl, Ludwigshafen 2003, 3. Aufl.

Eating the Big Fish: How Challenger Brands Can Compete Against Brand Leaders

Adam Morgan

Wiley

Effective Small Business Management

Scarborough, N.M.; Zimmerer, T.W.

Pearson Prentice Hall New Jersey 2000

Grundbegriffe des Marketing

Zentes, J.; Swoboda, B.

Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2001, 5. Aufl.

Grundlagen des Marketing

Kotler, P; Armstrong, G., u.a.

Pearson, München 2003, 3. Aufl.

Grundlagen des Marketingmanagements, Einführung in Strategie,
Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung
Homburg, C.
Gabler, Wiesbaden 2006

Investitionsgütermarketing
Backhaus, K.
Vahlen, München 1992, 3. Aufl.

Konsumentenverhalten
Kroeber-Riel, W.
Vahlen, München 1996, 6. Aufl.

Marketing
Bruhn, M.
Gabler, Wiesbaden 2002, 6. Aufl.

Marketing
Freter, H.
Pearson, München 2004

Marketing
Tietz, B.
Werner Verlag, Düsseldorf 1993, 3. Aufl.

Marketing
Meffert, H.
Gabler, Wiesbaden 2000, 9. Aufl.

Marketing
Weis, H. Chr.
Kiehl, Ludwigshafen 2004, 13. Aufl.

Marketing Communications - An integrated approach
PR Smith with Jonathan Taylor
Kogan Page, 2002
0-7494-3669-7
This edition demonstrates the potential of an integrated approach to marketing

communications in a very clear and enjoyable manner - their insights and case histories bring a fresh view to this fast-changing environment. (Paul Simon)

Marketingforschung und Käuferverhalten
Meffert, H.
Gabler) Wiesbaden 1992, 2. Aufl.

Marktforschung
Kamenz, U.
Schäffer Poeschel, Stuttgart 2001, 2. Aufl.

Marktforschung
Kuß, A.
Gabler, Wiesbaden 2004

Media – Planung für Märkte
Hörzu, Hamburg 1999, 6. Aufl.

www.markenmuseum.com
/ Inhaber: Michael Paul
Das erste virtuelle Markenmuseum® erzählt die spannenden Geschichten hinter den Namen und Marken, die wir täglich kaufen und nutzen, bzw. früher gekauft und genutzt haben.

Kundenberatung

Advertising
Roderick White
McGraw Hill, Fourth Edition, 2000
0-07-709458-1
There is no better introduction to the subject. It's about advertising today and in the future. This is a real how-to guide...it's realistic, comprehensive and unstuffy. (Simon Broadbent)

Begeisterte und kompetente Kundenberatung : Methoden, Erfahrungen, Ergebnisse
Breitkreuz, Gustav
Shaker, Aachen 2004

Consultative value selling : mehrwertorientierte Kundenberatung
Loy, Arthur
Renningen 2006

Excellence in Advertising - The IPA guide to best practice
Leslie Butterfield (editor)
Butterworth Heinemann, 1999

0-7506-4479-6

Created by a group of people, directly involved in the business, together, their contributions present an authoritative view on what constitutes best practice in a wide range of key areas that are the context for the creation of effective advertising.

Handbuch Kundenbindungsmanagement

Bruhn, M; Homburg, C.

Gabler) Wiesbaden 2005, 4. Aufl.

Handbuch Kundenbindungsmanagement : Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM

Homburg, C. (Hrsg.)

Gabler, Wiesbaden 2007

Käuferverhalten

Foscht, Th.; Swoboda, B.

Gabler, Wiesbaden 2004

Kundenzufriedenheit – Konzepte – Methoden – Erfahrungen

Homburg, C.

Gabler, Wiesbaden 2006, 6. Aufl.

Seven Habits of Highly Effective People

Stephen Covey

Stephen Covey realises that true success encompasses a balance of personal and professional effectiveness, so this book is a manual for performing better in both arenas.

Marktforschung

Achtung Marke

Brandmeyer, Klaus

Gruner + Jahr, Hamburg 2002

Stern Bibliothek

Advertising Works Series

Various

IPA/NTC/WARC

A series of papers dating from 1980 to the present day that represent the most rigorous and comprehensive examination of advertising working in the marketplace, in the world.

Alle, nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie

Noelle Neumann, Elisabeth; Petersen, Thomas
DTV München, 1998

Brandholder Value
Kemper, Wulf-Peter
Econ, München 2003

Marketing-Konzeption
Becker, Jochen
Vahlen, München 2001

Marktforschung
Weis, H. Chr.; Steinmetz, P.
Kiehl, Ludwigshafen 2002, 5. Aufl

Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele
Herrmann, A.
Gabler, Wiesbaden 2000

-Pretests – Praxis und Erfolgsfaktoren
Trommsdorf, Volker
Gruner+Jahr, Hamburg 2003

Stern Bibliothek

Strategie und Technik der Markenführung
Esch, Franz-Rudolf
Gabler, München 2003

Testing to Destruction
Alan Hedges
IPA; 1998

Wettbewerbsstrategien im Einzelhandel: Chancen und Risiken von
Preisführerschaft und Differenzierung
Gröppel-Klein, Andrea
Gabler), Wiesbaden 1998

Kommunikations-Strategien

Actionable Web Analytics
Jason Burby und Shane Atchison
Sybex

10: 0470124741

Untertitel: Using Data to Make Smart Business Decisions

Blogging, Citizenship, and the Future of Media

Mark Tremayne

Taylor & Francis (2006)

10: 0415979404

Brand's New Toy

Bosse Küllenberg und Christopher Quente

Moderne Industrie (2006)

10: 3636060760

Untertitel: Markenkommunikation mit Handy & Co.

Community Building

Amy Jo Kim

Galileo Press (2001)

10: 3898421155

Untertitel: Strategien für den Aufbau erfolgreicher Web-Communities

Die Macht der Blogs

Peter Wolff

Datakontext (2006)

10: 389577409X

Untertitel: Chancen und Risiken von Corporate Blogs und Podcasting in Unternehmen

Die neuen Meinungsmacher.

Ansgar Zerfaß und Dietrich Boelter

Nausner & Nausner (2005)

10: 3901402454

Untertitel: Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien

Enterprise One-to-One

Don Peppers und Martha Rogers

Bantam Doubleday Dell Publishing Group

10: 0385482051

Untertitel: Tools for Competing in the Interactive Age

Erfolgreiche Marketing-Kommunikation

Hofbauer G.; Hohenleitner, C.

Vahlen, Wiesbaden 2005

Erfolgsfaktoren im Mobile Marketing

Tschauder, Mühlenbeck, Kreuzberg

Proximity Studies (2005)

Generation Blogger
Markus Christian Koch und Astrid Haarland
Mitp-Verlag (2003)
10 3826614003

Google Analytics
<http://www.google.com/analytics/>

How Customers Think
Gerald Zaltman
McGraw-Hill Professional
10: 1578518261
Untertitel: Essential Insights into the Mind of the Market

iPod + iTunes
Gerald Erdmann und Charlotte Stanek
O'Reilly (2007)
10: 389721475X

Kommunikationstheorie und Werbung
Drabczynski, Michael
Burda Medien Forschung, München 1998

Leitfaden eMail-Marketing und Newsletter-Gestaltung
Torsten Schwarz
Absolit Dr. Schwarz Consulting
10: 3000146393

Max-e-Marketing in the Net Future
Stan Rapp
McGraw-Hill Education
10: 0071364722
Untertitel: the seven imperatives for outsmarting the competition in the net economy: How to Outsmart the Competition in the Battle for Internet-age Supremacy

Mobile Marketing.
Heinrich Holland und Kristin Bammel
Vahlen (2006)
10: 3800633299
Untertitel: Direkter Kundenkontakt über das Handy

Occam's Razor
Avinash Kaushik
<http://www.kaushik.net/avinash/>

Omniure
<http://www.omniure.com/>

Permission Marketing
Seth Godin
Simon & Schuster (Mai 1999)
10: 0684856360
Untertitel: Strangers into Friends into Customers

Podcasting. Das Buch zum Audiobloggen
Annik Rubens
O'Reilly(2006)
10: 3897214598

Praxishandbuch Unternehmenskommunikation
Herbst, Dieter
Cornelsen, Berlin. 2003

Public Relations
Avenarius, Horst
Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt 2000

Sehr geehrter Herr Maggi
Jürgen Sprenzinger
Sprenzinger
10: 398106397X

The official Google Analytics Blog
Google
<http://analytics.blogspot.com/>

The One-to-One Manager
Don Peppers und Martha Rogers
Capstone Publishing
10: 1841120936
Untertitel: Real-world Lessons in Customer
Relationship Management

The Web Analytics Business Process
Eric T. Peterson
Untertitel: Making the Case for a Process-Driven Approach to Web Site

Measurement and Ten Critical Requirements for Success Freier download
unter
[http://www.webanalyticsdemystified.com/sample/Web_Analytics_Demystified_-
_The_Web_Analytics_Business_Process.pdf](http://www.webanalyticsdemystified.com/sample/Web_Analytics_Demystified_-_The_Web_Analytics_Business_Process.pdf)

Truth, Lies and Advertising
Jon Steel
Wiley

Untertitel: The Art of Account Planning

Visual Sciences
<http://www.visualsciences.com/>

wanalytics
Oliver Schiffers
<http://www.wanalytics.de/>

Web Analytics und eMetrics: Ein Entwicklungsroman auf Deutsch und Englisch

Web 2.0. Konzepte, Anwendungen, Technologien
Tom Alby
Hanser Fachbuchverlag (2006)
10: 3446409319

Web Analytics Demystified
Eric Peterson
Celilo Group Media (March 2004)
10: 0974358428

Web Analytics Express
Rocco Albano
<http://www.lookin2theweb.com/blog/>

Web Analytics: An Hour a Day
Avinash Kaushik
Sybex; Pap/Cdr edition
10: 0470130652

Web Metrics. Proven Methods for Measuring Web Site Success
Jim Sterne
Wiley & Sons
10: 0471220728

Webtrends
<http://www.webtrends.com/>

Werbewirkungsmessung
von Engelhardt, Alexander
Verlag Reinhard Fischer, München 1999

Wirkungen der Werbung
Steffenhagen, Hartwig
Verlag der Augustinus Buchhandlung, Aachen 1996

Kreation

“Bleiben Sie dran”. Konzeption, Produktion und Rezeption von Werbefilmen,
Heiser, Albert
Bastei Lübbe, Bergisch Gladbach 2001

A Technique for Producing Ideas
James Webb Young
McGraw Hill

First presented in 1939 and now reissued for a new generation, this powerful guide details a five-step process for gathering information, stimulating imagination and recombining old elements into dramatic new ideas.

Abweichen von der Norm. Enzyklopädie kreativer Werbung
Gaede, Werner
Wirtschaftsverlag Langen Müller Herbig, München 2002

Handbuch Werbetext
Winter, Jörn
Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main 2003

Hey Whipple, Squeeze This: A Guide to Creating Great Ads
Luke Sullivan
Wiley

Lernprozesse 2000
Beike, Peter
ASV, Hamburg 2000

Praxishandbuch Mediaplanung
Hofsäss, Michael; Engel, Dirk
Cornelsen, Berlin 2003

Rasierte Stachelbeeren. So werden Sie die Nr. 1 im Kopf Ihrer Zielgruppe
Sawtschenko, Peter; Herden, Andreas
Gabal, Offenbach 2000

Wahrnehmung und Gestaltung von Werbung
Lachmann, Ulrich
Gruner+Jahr, Hamburg 2002

Werbe- und Konsumentenpsychologie
Felser, Georg
Stuttgart 2001

Werbemanagement
Unger, Fritz
Physica, Heidelberg 1989

Umsetzung

"Bleiben Sie dran!". Konzeption, Produktion und Rezeption von Werbefilmen -
ein Blick hinter die Kulissen.
Heisser, Albert
Lübbe, Bergisch-Gladbach 2001

Bausteine zu einer neuen Informationsethik
Spinner, Helmut F.; Nagenborg, Michael; Weber, Karsten
Philo-Verlag 2001

Das neue Markenrecht
Berlit, Wolfgang
Beck, München 2003

Der journalistische Film. Jetzt aber richtig. Bildsprache und Gestaltung,
Kerstan, Peter
Zweitausendeins, Frankfurt am Main 2000

Die Bedeutung der Diskursethik für die Kommunikations- und Medienethik.
Arens, Edmund
UVK, Konstanz 1996

In Funiok, Rüdiger (eds.), Grundfragen der Kommunikationsethik (pp. 73–96)

Die Geburt der schönen Bilder
Schmidt, S. J.; Spieß, B.
1994

Die Kunst des Gelingens
Bergmann
Neuenfels, 2001

Exploring Communication Ethics
Arneson, Patricia
Frankfurt a. M. 2007

GWA Production Workbook – Das Kompendium für zeitgemäße Print-Produktion
Hrsg. Andreas Weber und Frank Beinhold
Auf 248 Seiten werden in dem perfekt aufgemachten und produzierten Fachbuch alle für die Print-Produktion relevanten Themen so dargestellt, dass Auftraggeber, Agentur-Mitarbeiter in Kreation und Produktion sowie Dienstleister über den neuesten Stand der Technik und die entsprechende Güte von Print-Produkten informiert werden. Das GWA Production Workbook dokumentiert auch den jährlich stattfindenden GWA Production Award, der die besten und anspruchsvollsten Print-Produktionen von einer unabhängigen Jury bewerten lässt. Die feierliche Preisverleihung findet im Rahmen der GWA Fachtagung Print-Produktion statt. Bestellungen sind zum Sonderpreis über die GWA Service GmbH möglich unter http://www.gwa.de/gwa_shop/index.php

Konzeption und Mediaplanung
Schnettler, Josef ; Wendt, Gero
Cornelsen Berlin, 2003

Kritische Medien-Wahrnehmung: Grundlegung einer praktischen Medien-Ethik.
Scherenberg, Philip
Hamburg 2006

Marketing Kompakt
Von Dultzig, Kay
Vahlen, München 1999

Marketingrecht
Zerres, Thomas
Vahlen, München. 2002

Mediaplanung,

Unger, Fritz; Durante, Nadia; Gabrys, Enrico; Koch, Rüdiger; Wailersbacher, Rainer
(Physica, Heidelberg 1999)

Medienethik und Medienwirkungsforschung
Rath, Matthias
Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000

Moral und Ethik der PR. Grundlagen - theoretische und empirische Analysen -
Perspektiven.
Förg, Birgit
Wiesbaden, (VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004)

Pocket Pal
Graphic Arts
International Paper, 2000

Since 1934, Pocket Pal has been the authoritative introduction to the graphic arts for many artists, designers, advertisers etc. This edition puts conventional and digital printing into perspective and shows the impact of new systems on printing.

Reality Show. Anleitung für den Mediengebrauch
Zeller, Bernd
Rake, Fulda 2001

VideoCulture. Video und interkulturelle Kommunikation. Grundlagen,
Methoden und Ergebnisse eines internationalen Forschungsprojekts.
Niesyto, Horst (Hrsg.)
kopaed, München 2003

Werbeträger. Handbuch für die Mediapraxis
Reiter, Wolfgang Michael (Hrsg)
Verlag MD Medien Dienste, Frankfurt am Main 1999

Werbung in Theorie und Praxis
Schneider
Waiblingen 2003

Werbung, Medien und Kultur
Schmidt, S. J.; Spieß, B.
1995

Wettbewerbsrecht
Lehr, Dirk
C.F. Müller, Heidelberg 2004