



## MASTERSTUDIENGANG INTERNATIONAL ECONOMY AND BUSINESS

### BESCHREIBUNG DES FACHES

#### STRATEGISCHES MARKETING

1.	Code	Semester	Anforderung	ECTS	Sprache	Semesterzahl
		3	2 / f	3	deutsch	1

2. Verantwortlicher Dozent und Lehrstuhl: Prof. Dr. Stefan Okruch, Professur für Wirtschaftspolitik

#### 3. Lehrperson

Name:	Position	Lehrstuhl:
Prof. Dr. Stefan Okruch	Univ.-Prof.	Professur für Wirtschaftspolitik

#### 4. Notwendige Vorkenntnisse: -

#### 5. Zielstellung:

Ziel der Veranstaltung ist es, das Management von Geschäftsbeziehungen aus Anbieter- und Kundensicht als eigenständiges Analysefeld zu diskutieren, wobei strategische wie auch operative Aspekte der Gestaltung von Beziehungen und damit der zentralen Quelle des Unternehmenserfolges thematisiert werden.

#### 6. Thematik:

Die Gestaltung der Beziehung zwischen Anbieter und Kunde findet in den letzten Jahren zunehmendes Interesse in wissenschaftlichen Auseinandersetzungen des Marketing, vor allem aber auch in der Unternehmenspraxis. Aufgrund eines zunehmenden Anspruchsniveaus der Kunden, veränderter technischer und medialer Rahmenbedingungen und des wachsenden Wettbewerbs zwischen Unternehmen steigen die Anforderungen an das Kundenmanagement. Kundenmanagement umfasst dabei in einem funktionalen Verständnis die Planung, Durchführung und Kontrolle bei Selektion, Aufbau, Gestaltung und Erhaltung bzw. Beendigung von Geschäftsbeziehungen zu Kunden auf der Basis von deren Wertbeitrag zu den Unternehmenszielen.

#### 7. Formen der Lehre: Vorlesung und Seminar

#### 8. Form der Prüfung: Präsentation und Hausarbeit

#### 9. Pflicht-, bzw. empfohlene Literatur:

Diller, Hermann/Haas, Alexander/Ivens, Björn (2005): Verkauf und Kundenmanagement. Eine prozessorientierte Konzeption, Stuttgart.

Günter, Bernd/Helm, Sabrina (Hrsg.): Kundenwert, 3. Aufl., Wiesbaden 2006.



**ANDRÁSSY  
UNIVERSITÄT  
BUDAPEST**

Andrássy Gyula Deutschsprachige Universität Budapest  
H-1088 Budapest, Pollack Mihály tér 3.  
Tel. | + 36 1 266 4408 | Fax | + 36 1 266 3099  
E-Mail | uni@andrassyuni.hu | www.andrassyuni.eu

Fakultät für Internationale Beziehungen  
Dekan | Dr. Zoltán Tibor Pállinger  
E-Mail | IB@andrassyuni.hu

Krafft, Manfred (2002): Kundenbindung und Kundenwert, Heidelberg.

Narver, John. C./Slater, Stanley F. (1990): The effect of a market orientation on business profitability, in: Journal of Marketing, Vol. 54, Issue 4, S. 20-35.