



^b
**UNIVERSITÄT
BERN**

Wirtschafts- und
Sozialwissenschaftliche
Fakultät

Institut für Marketing und
Unternehmensführung

Abteilung Marketing

Prof. Dr. Richard Kühn (Emeritus)

Publikationen 2006 - 2016

Bücher

- Kühn, R., Fuhrer, U., Marketing – Analyse und Strategie, 15. Überarbeitete Auflage, Werd & Weber Verlag AG, Zürich, Thun 2016
- Kühn, R., Hirsiger, F., Fuhrer, U., Teacher's Manual, Marketing – Analyse und Strategie, Werd und Weber Verlag AG, Zürich, Thun 2016
- Grünig R., Kühn, R., The Strategy Planning Process – Analyses, Options, Projects, Springer Verlag, Berlin, Heidelberg 2015
- Grünig, R., Kühn, R., Procédé de planification stratégique – analyses, options, projets, Presses polytechniques et universitaires romandes, Lausanne 2015
- Grünig, R., Kühn, R., Strategieplanungsprozess- Analysen, Optionen, Projekte, Hauptverlag, Bern 2014
- Kühn, R., Hirsiger, F., de Montmollin, D., Teacher's Manual, Marketing – Analyse und Strategie, Werd Verlag, Zürich 2014 (CD)
- Grünig, R., Kühn, R., Successful Decision-making, A Systematic Approach to Complex Problems, Third Edition, Springer Berlin, Heidelberg, New York 2013.
- Grünig, R., Kühn, R., Entscheidungsverfahren für komplexe Probleme, 4. überarbeitete Auflage, Springer Berlin, Heidelberg 2013
- Kühn, R., Pfäffli, P., Marketing: Analyse und Strategie, 14., überarbeitete Auflage, Werd Verlag Zürich 2012
- Grünig, R., Kühn, R., Methodik der strategischen Planung – Ein prozessorientierter Ansatz für Strategieplanungsprojekte, 6., überarbeitete und erweiterte Auflage, Hauptverlag Bern, Stuttgart, Wien 2011

- Grünig, R., Kühn, R., Process-based Strategic Planning, 6th. edition, Springer Verlag Berlin, Heidelberg 2011
- Kühn, R., Pfäffli, P., Marketing: Analyse und Strategie, 13., überarbeitete Auflage, Werd Verlag Zürich 2010
- Grünig, R., Kühn, R., Successful Decision-making, A Systematic Approach to Complex Problems, 2nd edition, Springer Berlin, Heidelberg, New York 2009
- Grünig, R., Kühn, R., Entscheidungsverfahren für komplexe Probleme, 3. überarbeitete Auflage, Springer Berlin, Heidelberg 2009
- Grünig, R., Kühn, R., Planifier la stratégie, Un procédé pour les projets de planification stratégique, 2. édition, Presses polytechniques et universitaires romandes Lausanne 2009
- Kühn, R., Reimer, A., Fasnacht, R., Marketing – System, Strategie und Instrumente, Haupt Verlag Bern, Stuttgart, Wien 2006
- Kühn, R., Kreuzer, M., Marktforschung; Best Practices für Marketingverantwortliche, Haupt Verlag Bern, Stuttgart, Wien 2006

Artikel in Fachzeitschriften

- Michel, S., Kreuzer, M., Kühn, R., Stringfellow, A., Schumann, J.H., Mass-customized products: are they bought for uniqueness or to overcome problems with standard products?, in: Journal of Customer Behavior, 2009, Vol. 8, No. 4, pp 307-327
- Meli, C., Kühn, R., Bestimmungsfaktoren von Markenarchitekturen, Die Unternehmung 68, Heft 1/2008, S 37 – 62
- Kreuzer, M., Kühn, R., Michel, S., Die praktische Relevanz individualisierter Massengüter aus der Sicht der Nachfrage, DBW 67, Heft 4/2007, S. 399 – 417
- Kühn, R., Pfäffli, P., Wie Unternehmer die Preise erhöhen können, in: io new management, Heft 6/2007, S. 26 – 31

Artikel in Sammelbänden

- Grünig, R., Kühn, R., Betriebswirtschaftliche Entscheidung, in: Häberle, S.G., Das neue Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, München/Wien 2008, S.361-365

Dissertationen

- Kohler, R., Real existierende Typen von Public-Relations-Konzeptionen, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken 2007
- Müller, B., Porters Konzept generischer Wettbewerbsstrategien, Präzisierung und empirische Ueberprüfung, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden 2007
- Trachsel, M., Nischenstrategien und ihre Bedeutung für den Unternehmenserfolg, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden 2007
- Grunder, R., Entstehungsfaktoren von Konsumentenverwirrtheit, Der Andere Verlag, Tönning, Lübeck, Marburg 2006
- Meli, C., Bestimmungsfaktoren von Markenarchitekturen, Der Andere Verlag, Tönning, Lübeck, Marburg 2006