

Auswahl Aktuelle Publikationen

Schneider, H./ Ferié, F./ Quednau, A.: Rahmenbedingungen des Sustainable Marketing: Der Politische Wandel, in: Meffert, H./ Kenning, P./ Kirchgeorg, M. (Hrsg.): Sustainable Marketing Management, Gabler, Wiesbaden 2014, S. 85-115.

Schneider, H/ Hesse, J.: Aktuelle und zukünftige Herausforderungen im Dialogmarketing, in: Gerdes, G./ Hesse, J./ Vögele, S. (Hrsg.): Dialogmarketing im Dialog – Festschrift zum 10-jährigen Bestehen des Siegfried Vögele Instituts, Springer Gabler, Wiesbaden 2013, S. 43-56.

Schneider, H./ Herbers, H. (Hrsg.): Kommunale Bürgerkommunikation. Konzeptionelle Grundlagen – Empirische Befunde – Kommunale Praxis, Verlag Werner Hülsbusch, Glückstadt 2013.

Schneider, H./ Schönenberg, I./ Ferié, F.: The Distribution of Influence in Purchase Decisions by Male Homosexual Couples, in: Journal of Consumer Behaviour, Vol. 12, No. 5, 2013, S. 345-357.

Heinze, J./ Schneider, H./ Ferié, F.: Mapping the Consumption of Government Communication: A Qualitative Study in Germany, in: Journal of Public Affairs, Vol. 13, No.4, 2013, S. 370-383.

Maier, E./ Wilken, R./ Schneider, H./ Kelemci Schneider, G.: In the mood to buy? Understanding the interplay of mood regulation and congruence in an international context, in: Marketing Letters, Vol. 23, No. 4, 2012, S. 1005-1018.

Heinze, J./ Schneider, H.: Dialogorientierte Regierungskommunikation im Status quo. Analyse und Implikationen auf Grundlage einer qualitativen Sprecherbefragung auf Bundesebene, in: Zeitschrift für Politikberatung, 5. Jg., Heft 2, 2012, S. 72-81.

Gerlach, I./Schneider, H. (Hrsg.): Betriebliche Familienpolitik. Kontexte, Messungen und Effekte, Springer VS, Wiesbaden 2012.

Backhaus, K./ Schneider, H.: Strategisches Marketing. 2. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2009.