

Bücher

Grundlagen der Erklärung in der Betriebswirtschaftslehre

Überlegungen zu einer Kontroverse zwischen Konstruktivisten und Kritischen Rationalisten,

Diss., Mannheim 1981

Wissenschaftstheoretische Grundfragen der Wirtschaftswissenschaften,

Verlag Vahlen, München 1979, Herausgeber zusammen mit Prof. Dr. Hans Raffée
(auch in japanischer Sprache erschienen: im Zeimu-Keiri-Kyokai-Verlag, Tokio 1982)

Grundlagen der Erklärung menschlichen Handelns,

Verlag J. C. B. Mohr (Paul Siebeck), Tübingen 1983

(in der Reihe: "Die Einheit der Gesellschaftswissenschaften")

Management mit Vision und Verantwortung.

Eine Herausforderung an Wissenschaft und Praxis,

(Hrsg. zusammen mit Klaus-Peter Wiedmann und Wolfgang Fritz, Gabler-Verlag ,
Wiesbaden 2004

Aufsätze

Plädoyer für eine aufklärungs- und gestaltungsorientierte Marketing-Wissenschaft,

in: Fischer-Winkelmann, W. F./ Rock, R. (Hrsg.), Marketing und Gesellschaft,
Gabler-Verlag, Wiesbaden 1977, S. 9 - 41

Betriebswirtschaftslehre und praktische Vernunft,

in: Steinmann, H. (Hrsg.), Betriebswirtschaftslehre als normative Handlungswissenschaft,

Gabler-Verlag, Wiesbaden 1978, S. 160 - 191

Denken in theoretischen Modellen als Leitidee der Wirtschaftswissenschaften,

in: Raffée, H. / Abel, B. (Hrsg.), Wissenschaftstheoretische Grundfragen der Wirtschaftswissenschaften,

Verlag Vahlen, München 1979, S. 138 -160

Kritischer Rationalismus und das Wertfreiheitsprinzip,

in: Raffée, H. / Abel, B. (Hrsg.), Wissenschaftstheoretische Grundfragen der Wirtschaftswissenschaften,

Verlag Vahlen, München 1979, S. 215 - 234

Aufgaben und aktuelle Tendenzen der Wissenschaftstheorie in den Wirtschaftswissenschaften (zusammen mit Prof. Dr. Hans Raffée)

in: Raffée, H. / Abel, B. (Hrsg.), Wissenschaftstheoretische Grundfragen der Wirtschaftswissenschaften,

Verlag Vahlen, München 1979, S. 1 - 10

Machttheoretische Modelle und Individualismus als Ansatzpunkte der unternehmensbezogenen Konfliktforschung,

in: Dlugos, G. (Hrsg.), Unternehmensbezogene Konfliktforschung,

C. E. Poeschel Verlag, Stuttgart 1979, S. 45 - 69

Sozio-Marketing

(zusammen mit Prof. Dr. Hans Raffée und Peter Wiedmann),

in: Irle, M. (Hrsg.), Handbuch der Psychologie, Band 12: Methoden und Anwendungen in der Marktpsychologie,

Verlag Hogrefe, Göttingen 1983, S. 675 - 768

Ein eigenständiges kulturwissenschaftliches Fachverständnis in der Betriebswirtschaftslehre: Muß das sein?,

in: Fischer-Winkelmann, W. F. (Hrsg.), Paradigmawechsel in der Betriebswirtschaftslehre?,

Verlag René F. Wilfer, Spardorf 1983, S. 3 - 30

Funktionen der Wissenschaftstheorie in den Wirtschaftswissenschaften,

in: Hummel, T. R. (Hrsg.), Das Studium der Wirtschaftswissenschaften,
Campus Verlag, Frankfurt / New York 1984, S. 159 - 179

Gesellschaftlich Engagierte. Promotoren des Wandels, Kernzielgruppe des gesellschaftsbezogenen Marketing,

in: Meffert, H. / Wagner, H. (Hrsg.), Wertewandel und Konsumentenverhalten,
Arbeitspapier Nr. 20, Wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e. V., Münster 1984, S. 39 - 66

Konstruktivismus,

in: Dichtl, E. / Issing, O. (Hrsg.), Vahlens großes Wirtschaftslexikon, Band 1,
Verlag C. H. Beck, Verlag Vahlen, München, 1987, S. 1055 f.

Kulturwissenschaft,

in: Dichtl, E. / Issing, O. (Hrsg.), Vahlens großes Wirtschaftslexikon, Band 1,
Verlag C. H. Beck, Verlag Vahlen, München, 1987, S. 1116 f.

Transsubjektivitätsprinzip,

in: Dichtl, E. / Issing, O. (Hrsg.), Vahlens großes Wirtschaftslexikon, Band 1,
Verlag C. H. Beck, Verlag Vahlen, München, 1987, S. 722 f.

Betriebswirtschaftslehre als eigenständige Kulturwissenschaft?,

in: Kojima, S, Schanz, G. (Hrsg.) Wirtschaftswissenschaft und Kritischer Rationalismus.
Wissenschaftlicher Austausch zwischen Deutschland und Japan,
Tokio 1987, S. 52 - 68 (nur in japanischer Sprache erschienen)

Marketingethik - Ausgangspunkte, Hemmnisse und Folgerungen,

in: Die Betriebswirtschaft DBW, 48. Jahrgang 1988, S. 803 - 806

Ethik, Markt und Medien,

in: Silberer, G. / Specht, G. / Engelhardt, H. (Hrsg.), Marketing-Schnittstellen,
C. E. Poeschel Verlag, Stuttgart 1989, S. 69 - 83

Dialog und Ethik - Eine nicht-dialogische Methode zur ethischen Beurteilung des Dialogs,

in: Hansen, U. (Hrsg.), Marketing im gesellschaftlichen Dialog,
Campus Verlag, Frankfurt / New York 1996, S. 93 – 108

Grundlegende Herausforderungen im E-Branding,

in: Riekhof, H.-C.(Hrsg.), E-branding-Strategien in der Praxis, Gabler Verlag, Wiesbaden 2001, S. 31 - 55

Menedschment SMI meschdu rinkom, politikoj i svobodoj pechati

in: Region 4/2001, St. Petersburg, Russland 2001, S. 120 – 125,

Medienmanagement zwischen Markt, Politik und Pressefreiheit,

in: Bagiev, G. (Hrsg.) Wirtschaftsbeziehungen und Marketing zwischen Russland und der Europäischen Union unter der Bedingung der Globalisierung, S. 142 - 151

Kosmopolitismus – die nächste “große Idee”? Über Ulrich Becks Buch “Macht und Gegenmacht im globalen Zeitalter”, in: Personalführung, Januar 2003, S. 78 f.

The basic challenges of globalization in research and higher education of International Business Administration, in: Report of the AFBE-Conference in Shanghai, May 2004,

Ethisch-normative Analysen in den Wirtschaftswissenschaften - möglich und sinnvoll

in: Klaus-Peter Wiedmann / Wolfgang Fritz / Bodo Abel (Hrsg.): Management mit Vision und Verantwortung. Eine Herausforderung an Wissenschaft und Praxis, Gabler Verlag, Wiesbaden 2004, S. 285 – 307

Grundlegende Herausforderungen der Globalisierung an die Erforschung und Ausbildung des internationalen Managements an Universitäten, in: Bagiev, G. (Hrsg.) Europäische Ausbildung, Band 1, St. Petersburg 2006, S. 103 - 108

Corporate Social Responsibility im Journalismus und im Medienmanagement - ein Überblick, CIS-Paper zum Workshop „Corporate Social Responsibility in

Medienunternehmen -Chancen und Herausforderungen unternehmensethischer Ansätze, 20. Juni 2007

Eine internationale Hochschulkooperation entlang der Partnerschaftsachse Hamburg - St. Petersburg - Shanghai - Warum brauchen wir internationale Studienprogramme? In ChinaContact, Oktober 2007, S. 24 - 26

Vielfalt und Wettbewerb als Basis der Konkurrenzfähigkeit unserer Universitäten, in: Book on Anniversary of International Higher Education Academy of Science (IHEAS), Moscow 2007 (in German and Russian Language), S 158 - 170

St. Petersburg – Markenpolitik einer Stadt, in: Georgyi Bagiev, Heribert Meffert (Hrsg.): Beziehungsmarketing, St. Petersburg 2009, S. 437 – 444

Wirtschaftsethik als Gegenstand der wirtschaftswissenschaftlichen Forschungen, in: Handbuch zur europäischen Wirtschaftsethik – Business Ethics: Expectations of Society and the Social Sensitisation of Business, Hrsg: Alexander Krylov, Berliner Wissenschafts-Verlag (BWV), Berlin 2016, S. 105 – 126

Mit Wolfgang Fritz und Irina O. Trushnikova: Linking Russia to the World by Global Management Education: The MiBA/ToM Example, in: Modern Management Problems and Prospects, St. Petersburg 2016, S. 224 - 228