

## **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