

Weiterführende Literatur: Markt- und Wettbewerbsanalyse

- **Bruhn, M.:** Marketing, 14. Aufl., Wiesbaden 2019.
- **Fröhlich, E. / Lord, S. / Steinbiß, K. / Weber, T.:** Marketing, München 2018.
- **Görgen, W.:** Wettbewerbsanalyse. In: Handwörterbuch des Marketing, 2. Aufl., Stuttgart 1995, Sp. 2716-2729.
- **Halfmann, M:** Marketing-Controlling. Wiesbaden 2018, S. 54 ff.
- **Homburg, C.:** Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden 2020.
- **Kreutzer, R.T.:** Toolbox für Marketing und Management. Kreativkonzepte – Analyserwerkzeuge – Prognoseinstrumente. Wiesbaden 2018.
- **Kuß, A. / Kleinaltenkamp, M.:** Marketing-Einführung, Wiesbaden 2020.
- **Meffert, H. / Burmann, C. / Kirchgeorg, M. / Eisenbeiß, M.:** Marketing, 13. Aufl., Wiesbaden 2019.
- **Nagl, A.:** Der Businessplan, Wiesbaden 2020.
- **Schawel, C. / Billing, F.:** Top 100 Management Tools, 6. Aufl., Wiesbaden 2018.
- **Schreyögg, G. / Koch, J.:** Management. Grundlagen der Unternehmensführung, Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 8. Aufl., Wiesbaden 2020.
- **Walsh, G. / Deseniss, A. / Kilian, T.:** Marketing, 3. Aufl., Berlin 2020.
- **Welge, M. K. / Al-Laham, A. / Eulerich, M:** Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung. 7. Aufl., Wiesbaden 2017.