

PROF. DR. CHRISTIANE BEYERHAUS

Publikationen

Artikel

ALBRECHT, H., BEYERHAUS, C., MEHN, A. (2020). Die Macht der Stimme. *Swiss Marketing Review* (5), pp. 4-7.

BEYERHAUS, C. (2019, September). Zwischen Luxus- und Massenmarkt. *Harvard Business Manager*, 41 (9), pp. 96.

BEYERHAUS, C., GOCKELN, L. (2017). Relation between over-democratisation and luxury fashion brand image. *ISM Research Journal*, 4 (1), 73-99.

BEYERHAUS, C. (2014). Kompetenzfelder im Store Management. *high potential* (7/8), pp. 14-15.

Monografien

BENZING, M., BEYERHAUS, C. (2012). *Bedeutung von Gamification für eine nachhaltige Konsumentenverhaltensänderung*. Münster: Monsenstein & Vannerdat.

BEYERHAUS, C. (2011). *Aktuelle Entwicklungen des Konsumentenverhaltens. Implikationen für die Ausgestaltung der Marketing-Instrumente und die Markenbildung*. Münster: Monsenstein & Vannerdat.

BEYERHAUS, C. (1997). *Ökologische Produktentwicklung und Kooperation. Analyse und Handlungsempfehlungen für Unternehmen der Textilbranche*. Berlin: Freie Universität Berlin.

Buchbeiträge & Kapitel

BEYERHAUS, C. (2012). Veränderung der Marketingkommunikation durch das Web 2.0., *Digitale Kommunikation* (pp. 31-50). uni-ed.