

PROF. DR. MEIKE TERSTIEGE

Publikationen

Artikel

TERSTIEGE, M., NEUMANN, A. (2021). Mernschen brauchen Marken - und Marken müssen lernen mit Corona zu leben. *New business : das Magazin für Kommunikation und Medien* (7), pp. 17-18.

TERSTIEGE, M., CINAR, M. (2020). Ist Marketing mit KI das "bessere" Marketing?! Kann KI das Marketing verbessern?. *New business : das Magazin für Kommunikation und Medien* (46), pp. 18-20.

TERSTIEGE, M., NEUMANN, A. (2020). Anforderungen an die Markenwerbung in einem Leben mit Corona. Online/digital/Website www.markenartikel-magazin.de. *Markenartikel : Das Magazin für Markenführung*, 2020 (16.12.2020), pp. 1.

TERSTIEGE, M., NEUMANN, A. (2020). Werbung mit Corona-Bezug? Kommt aufs Alter der Zielgruppe an.. *Absatzwirtschaft* (12), pp. 6-7.

MEHN, A., TERSTIEGE, M., WAGENER, K. (2019). Die Zukunft von Luxusuhren – Chancen und Risiken durch Smartwatches. *ISM Research Journal*, 6 (1), 44-69.

TERSTIEGE, M. (2019). Markenerlebnis auf allen Kanälen. *Markenartikel : Das Magazin für Markenführung* (9), pp. 36-37.

TERSTIEGE, M. (2019, November). Omnichannel - ein Meisterstück des Managements. *New business : das Magazin für Kommunikation und Medien* (47), pp. 20-21.

Monografien

TERSTIEGE, M., BEMBENEK, S. (2020). *Erfolgsfaktoren effizienter Marketingkommunikation. Eine Analyse des Werbeeffizienzpreises Effie* (1 ed.). Springer Gabler.

TERSTIEGE, M. (2019). *Erfolgsfaktoren effizienter Marketingkommunikation. Eine Analyse des Effizienzpreises Effie* (1 ed.). Springer Gabler.

TERSTIEGE, M. (2016). *Das Konzept Market Driving : Modell und Messung unternehmerischer Erfolgsfaktoren. Dissertation* (1 ed.). Technische Universität Dortmund.

Buchbeiträge & Kapitel

TERSTIEGE, M. (2021). Chancen, Potentiale und Einsatzgebiete von KI im Marketing (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *KI in Marketing & Sales – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis* (pp. xx-xx). Wiesbaden: Springer.

TERSTIEGE, M. (2021). KI als Treiber für Marketing & Vertrieb (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *KI in Marketing & Sales – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis* (pp. xx-xx). Wiesbaden: Springer.

TERSTIEGE, M. (2021). Marketingautomatisierung Best Practice (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Buch* (pp. 50-60). Springer Gabler.

TERSTIEGE, M. (2021). Schön, schöner, perfekt – dank künstlicher Intelligenz. Analoge Schönheit durch digitale, KI-basierte Beauty-Tools (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *KI in Marketing & Sales – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis* (pp. xx-xx). Wiesbaden: Springer.

TERSTIEGE, M., BOZOVIC, D. (2021). Nutzenbringende KI im Marketing (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *KI in Marketing & Sales – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis* (pp. xx-xx). Wiesbaden: Springer.

- TERSTIEGE, M., CINAR, M. (2021). Chancen und Grenzen der Marketingautomatisierung (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Marketingautomatisierung - Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis* (pp. 80-90). Springer Gabler.
- TERSTIEGE, M., CINAR, M. (2021). KI als Treiber von Marketing und Sales (1 ed.). In Lichtenthaler, U. (Eds.), *Buch* (pp. 40-50). Springer Gabler.
- TERSTIEGE, M., CINAR, M. (2021). Marketingautomatisierung Vorteile und Nachteile (1 ed.). In Terstiege, M.; Cinar, M. (Eds.), *Buch* (pp. 70-80). Springer Gabler.
- TERSTIEGE, M., SCHMACKE, T. C., HOHENSPEIN, J., YLITALO, P. (2021). Status quo der künstlichen Intelligenz in der Automobilbranche und Zukunftsszenarien für den deutschen Automobilhandel (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *1* (pp. xx-xx). Springer Gabler.
- TERSTIEGE, M., SPRANGER, S. (2021). Auswirkungen und Potenziale der digitalen Transformation auf Marketinginstrumente (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *KI in Marketing & Sales – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis* (pp. xx-xx). Wiesbaden: Springer.
- TERSTIEGE, M., SVERDEL, M. (2021). Omnichannel als Antwort auf Offline und Online Marketing (1 ed.). In Leibniz FH (Ed.), *Buch* (pp. 70-80). Springer Gabler.
- ALTEMEYER, C., TERSTIEGE, M. (2020). YouTube als aufstrebendes Marketingvehikel für mittelständische B2B- und B2C-Unternehmen. Ein Best-Practice-Vergleich (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Digitales Marketing - Erfolgsmodelle aus der Praxis* (pp. 123-138). Springer Gabler.
- BROCKHAUS, A.-C., TERSTIEGE, M. (2020). Employer Branding im digitalen Marketingkontext (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Digitales Marketing - Erfolgsmodelle aus der Praxis* (pp. 101-121). Springer Gabler.
- BUDDE, C., SCHMACKE, T., TERSTIEGE, M. (2020). Das Geschäftsmodell der Zukunft - der klassische Automobil-Retail in einer Online-Sales-getriebenen Wirtschaftswelt (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Digitales Marketing - Erfolgsmodelle aus der Praxis* (pp. 279-295). Springer Gabler.
- CORDESMEYER, S., DEGEN, F., TERSTIEGE, M. (2020). Der GWA Effie Award. Erfolgsfaktoren effizienter analoger und digitaler Marketingkommunikation (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Digitales Marketing - Erfolgsmodelle aus der Praxis* (pp. 43-57). Springer Gabler.
- DEGEN, F., SCHMACKE, T., TERSTIEGE, M. (2020). Zielgruppenorientierte Kundenansprache anhand digitalen Marketings in der deutschen Automobilbranche (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Digitales Marketing - Erfolgsmodelle aus der Praxis* (pp. 297-312). Springer Gabler.
- TERSTIEGE, M. (2020). DigitalBarometer Deutschland. Consumer Insights und Marketing im Kontext der digitalen Transformation (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Digitales Marketing - Erfolgsmodelle aus der Praxis* (pp. 179-186). Springer Gabler.
- TERSTIEGE, M. (2020). Omnichannel Marketing (1 ed.). In HTW Ludwigshafen (Ed.), *Buch* (pp. 1-5). Springer.
- TERSTIEGE, M., BARTHEL, L. (2020). Influencer Marketing - digitale Einflussnahme auf Zielgruppen (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Digitales Marketing - Erfolgsmodelle aus der Praxis* (pp. 61-78). Springer Gabler.
- TERSTIEGE, M., STEEN, J. (2020). Die Bedeutung und Entwicklung von Social Media anhand von Facebook (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Digitales Marketing - Erfolgsmodelle aus der Praxis* (pp. 187-200). Springer Gabler.
- VON RÜDEN, S., TOLLER, P., TERSTIEGE, M. (2020). Digitales Marketing - Herkunft, Zukunft und Trends (1 ed.). In Terstiege, M. (Eds.), *Digitales Marketing - Erfolgsmodelle aus der Praxis* (pp. 151-178). Springer Gabler.

Herausgeberschaften

- TERSTIEGE, M. (2021). *KI in Marketing & Sales – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis* (1 ed.). Wiesbaden: Gabler.

TERSTIEGE, M., CINAR, M. (2021). *Marketingautomatisierung* (1 ed.). Springer Gabler.

TERSTIEGE, M. (2020). *Digitales Marketing – Erfolgsmodelle aus der Praxis : Konzepte, Instrumente und Strategien im Kontext der Digitalisierung* (1 ed.). Springer Gabler.

Sonstige

TERSTIEGE, M., NEUMANN, A. (2021). People need brands - and brands learn to live with Corona.

TERSTIEGE, M. (2020). Agentur-Kooperation & Digitalisierung.