

Prof. Dr. Alfred Kuß

Ausgewählte Publikationen (Stand: 13.1.2017)

Bücher aus den letzten Jahren

Eisend, Martin / Kuß, Alfred (2017): Grundlagen empirischer Forschung – Zur Methodologie in der Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden: SpringerGabler.

Kuß, Alfred / Kleinaltenkamp, Michael (2017): Marketing-Einführung, 7. Auflage, Wiesbaden: SpringerGabler.

Sheth, Jagdish / Kuß, Alfred (Hrsg.) (2015): Legends in Consumer Behavior – Jacob Jacoby, Vol. 8, Los Angeles u.a.O.: SAGE.

Kuß, Alfred / Wildner, Raimund / Kreis, Henning (2014): Marktforschung – Grundlagen der Datenerhebung und Analyse, 5. Aufl., Wiesbaden: SpringerGabler.

Tomczak, Torsten / Kuß, Alfred / Sven Reinecke (2014): Marketingplanung: Einführung in die marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsfeldplanung. 7. Aufl., Wiesbaden: SpringerGabler

Kuß, Alfred (2013): Marketing-Theorie - Eine Einführung, 3. Auflage, Wiesbaden: SpringerGabler.

Aufsätze in Zeitschriften mit Peer Review

VHB-Ranking A+

Morrin, Maureen, Jacob Jacoby, Gita Venkataramani Johar, Xin He, **Alfred Kuß**, David Mazursky (2002), Taking Stock of Stockbrokers: Exploring Momentum versus Contrarian Investor Strategies and Profiles, **Journal of Consumer Research**, 29(2), S. 188-198.

Jacoby, Jacob, James Jaccard, Imram Currim, **Alfred Kuß**, Asim Ansari (1994): Tracing the Impact of Item- By-Item Information Accessing on Uncertainty Reduction, **Journal of Consumer Research**, Vol. 21, S. 291- 303.

VHB-Ranking A

Jacoby, Jacob, Maureen Morrin, James Jaccard, Zeynep Gurhan, **Alfred Kuß** & Durairaj Maheswaran (2002), Mapping Attitude Formation as a Function of Information Input: Online Processing Models of Attitude Formation, **Journal of Consumer Psychology**, 12 (2), S. 21-34.

Jacoby, Jacob, David Mazursky, Tracy Troutman, **Alfred Kuß** (1984): When Feedback is Ignored – Disutility of Outcome Feedback. In: **Journal of Applied Psychology**, 69 (3), S. 531-545.

VHB-Ranking B

Kuß, Alfred (2010): Mixed-Method-Designs – Alter Wein in neuen Schläuchen? In: **Zeitschrift für**

Betriebswirtschaft, Special Issue 5/2010, S. 115-125.

Jacoby, Jacob, Maureen Morrin, Gita Johar, Zeynep Gurhan, **Alfred Kuß** & David Mazursky (2001), Training Novice Investors to Become More Expert: The Role of Information Accessing Strategy, **Journal of Behavioral Finance** / Journal of Psychology and Financial Markets, 2 (2), S. 69-79.

VHB-Ranking C

Kuß, Alfred; Kreis, Henning (2013): Wissenschaftlicher Realismus und empirische Marketingforschung – Grundlagen und Konsequenzen, in: **Marketing ZFP – Journal of Research and Management**, 35. Jg., Heft 4 / 2013, S. 255 – 271 (Best Paper Award 2013)

Langer, Alexandra, Eisend, Martin, **Kuß, Alfred** (2008): The Impact of Eco-Labels on Consumers: Less Information, More Confusion? In: Boghini, Stefania, McGrath, Mary Ann, Otnes, Cele C. (Hrsg.) **Advances in Consumer Research** Vol. 8, Duluth (MN), Association for Consumer Research, S. 334-335.

Langer, Alexandra, Eisend, Martin, **Kuß, Alfred** (2008): Zu viel des Guten: Zum Einfluss der Anzahl von Ökolabels auf die Konsumentenverwirrtheit. In: **Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis**, 30. Jahrgang, 1/2008, S. 19-28.

Morrin, Maureen, Jacob Jacoby, Gita Venkataramani Johar, Xin He, **Alfred Kuß**, David Mazursky (2002), Taking Stock of Stockbrokers: Exploring Investor Decision Strategies Via Verbal Protocols, In Susan Broniarczyk & Kent Nakamoto (Hrsg.), **Advances in Consumer Research** 29, Valdota (GA): Association for Consumer Research, S. 164-165.

Jacoby, Jacob, Tracy Troutman, **Alfred Kuß**, David Mazursky (1986): Experience and Expertise in Complex Decision Making. In: Richard Lutz (Hrsg.): **Advances in Consumer Research**, Vol. XIII, Ann Arbor (Mich.).

Jacoby, Jacob, James Jaccard, **Alfred Kuß**, Tracy Troutman, David Mazursky (1987): New Directions in Behavioral Process Research – Implications for Social Psychology; **Journal of Experimental Social Psychology**, 23 (2), S. 146-175.

Jacoby, Jacob, **Alfred Kuß**, David Mazursky, Tracy Troutman (1985): Effectiveness of Security Analyst Information Accessing Strategies – A Computer interactive Assessment. In: **Computers in Human Behavior**, Vol. 1.