

Publikationsliste Prof. Dr. Sascha Hoffmann

Monographien

- Fantapié Altobelli, C.; Hoffmann, S.: Grundlagen der Marktforschung, Stuttgart 2011.
- Hoffmann, S.: Produktzugaben. Eine empirische Analyse ihrer Wirksamkeit als Instrument der Verkaufsförderung, Wiesbaden 2009.
- Hoffmann, S. (Hrsg.): So gelingen Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten. Ein Leitfaden für BWLER und VWLER: Von der Recherche bis zur fertigen Arbeit, Heidenau 2008.
- Hoffmann, S.; Hoya, C.: Grundstudium - was dann? Leitfaden für das BWL- und VWL-Hauptstudium, 3. aktualisierte und erweiterte Auflage, Heidenau 2005.
- Hoffmann, S.; Eggers, F.: Grundstudium – was dann? Leitfaden für das BWL- und VWL-Hauptstudium, 2. aktualisierte Auflage, Heidenau.
- Hoffmann, S.; Eggers, F.: Grundstudium – was dann? Leitfaden für das BWL- und VWL-Hauptstudium, Heidenau 2000.

Sammelbandbeiträge

- Fantapié Altobelli, C.; Hoffmann, S.: Chancen und Erfolgsfaktoren der Markenführung im Web 2.0, in: Berndt, R. (Hrsg.): Erfolgreiches Management, Heidelberg, London, New York 2010, S. 155-171.
- Fantapié Altobelli, C.; Hoffmann, S.: Online-Auktionen: Chancen und Risiken aus Anbieter und Nachfragersicht, in: Bauer, H. H.; Große-Leege, D.; Rösger, J. (Hrsg.): Interactive Marketing im Web 2.0+, Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet, München 2007, S. 295 – 314.
- Fantapié Altobelli, C.; Hoffmann, S.: Reziprozität und Konsumentenvertrauen, in: Bauer, H. H.; Neumann, M. M.; Schüle, A. (Hrsg.): Konsumentenvertrauen, München 2006, S. 53-62.

Referierte Zeitschriftenartikel

- Gedenk, K.; Hoffmann, S.; Fantapié Altobelli, C.: Premium promotions: Do they work, and what drives their effectiveness?, in: Marketing Letters (revise and resubmit).

Nicht-referierte Zeitschriftenartikel

- Hoffmann, S.: A-/B-Tests, in: WiSu – Das Wirtschaftsstudium, Jg. 47 (2018), Nr. 10, S. 1125-1129.
- Hoffmann, S.: Freemium, in: WiSu – Das Wirtschaftsstudium, Jg. 47 (2018), Nr. 6, S. 667.
- Hoffmann, S.; Demirel, F.: Ethno-Marketing im Mobilfunkmarkt, in: planung & analyse, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, Jg. 38 (2011), Nr. 5, S. 52-55.

- Hoffmann, S.: Der Einsatz von Produktzugaben am Point of Sale, in: *planung & analyse*, Zeitschrift für Marktforschung und Marketing, Jg. 38 (2011), Nr. 2, S. 36-38.
- Hoffmann, S.: Verkaufsförderung mit Produktzugaben, in: *WiSt – Zeitschrift für Studium und Forschung*, Jg. 39 (2010), Nr. 10, S. 485-489.
- Hoffmann, S.; Eggers, F.; Fantapié Altobelli, C.: Titelblattoptimierung bei Zeitschriften mit Hilfe der Choice-based Conjoint-Analyse, in: *Medienwirtschaft*, Jg. 7 (2010), Nr. 3, S.18-25.
- Fantapié Altobelli, C.; Hoffmann, S.: Verkaufsförderung, in: *WiSu - Das Wirtschaftsstudium*, Jg. 39 (2010), Nr. 4, S. 522-527.
- Fantapié Altobelli, C.; Hoffmann, S.: Auswirkungen von Markenpiraterie auf das Konsumentenverhalten bei Online-Auktionen, in: *Der Betriebswirt*, Jg. 49 (2008), Nr.1, S. 12-17.

Sonstige Publikationen

- Fantapié Altobelli, C.; Hoffmann, S.; Hohlen, A.: Auswirkungen von Markenpiraterie auf das Konsumentenverhalten bei Online-Auktionen, Diskussionsbeitrag Nr. 1, Hamburg 2006.
- Hoffmann, S.; Fantapié Altobelli, C.; Beckmann, H.: Die Wirkung von Verkaufsförderungsmaßnahmen auf den Verkaufserfolg einer Zeitschrift, Diskussionsbeitrag Nr. 2, Hamburg 2006.

Stand 07/2018