

I. Veröffentlichungen

Herausgeberschaften:

Lucas, C./Schuster, G. (Hrsg.):

Digitales Marketing in der Praxis – Relevante Veränderungen für Unternehmen. Verlag Springer Gabler.
Voraussichtlicher Erscheinungstermin: Herbst 2022.

Hattula, C./Hilgers-Sekowsky, J./Schuster, G. (Hrsg.) (2021):

Praxisorientierte Hochschullehre: Insights in innovative sowie digitale Lehrkonzepte und Kooperationen mit der Wirtschaft. Verlag Springer Gabler.

Buchbeiträge:

Schuster, G./ Hattula, C. (2021):

Marktforschungsstudie in Unternehmenskooperation: Auch Studierende ermitteln Trends.
In: Praxisorientierte Hochschullehre: Insights in innovative sowie digitale Lehrkonzepte und Kooperationen mit der Wirtschaft. Verlag Springer Gabler.

Weber, M./Tilch, S./Schuster, G. (2021):

Blended Learning – Positionierung zwischen Fern- und Präsenzstudium.
In: Praxisorientierte Hochschullehre: Insights in innovative sowie digitale Lehrkonzepte und Kooperationen mit der Wirtschaft. Verlag Springer Gabler.

Online-Publikationen:

Schuster, G. et al. (2020):

Campusübergreifende Lehrforschung im Bachelor- und Master-Modul Marktforschung zum Thema E-Mobilität, Darstellung der unterschiedlichen didaktischen Vorgehensweisen und der Ergebnisse der Studierenden, IU Discussion Paper Marketing, Vol. 3/No. 4.
https://www.iubh-university.de/wcontent/uploads/DP_Marketing_2_2020_Schuster_etal.pdf

Hattula, C./Hilgers-Sekowsky, J./Schuster, G. et al. (2019):

Campusübergreifende Lehrforschung in verschiedenen Modulen im Studiengang Marketing-Management zum Thema Nachhaltigkeit, IU Discussion Paper Marketing, Vol. 3/No. 2.
https://www.IU-university.de/wpcontent/uploads/DiscussionPaperMarketing_FIN.pdf

Hilgers-Sekowsky, J./Oral, C./Schuster, G. (2018):

Trendstudie 2018: Lese- und Schreibverhalten der Generationen X, Y, Z. Ein integratives Forschungsprojekt mit Studierenden der IU an den Standorten Berlin, Düsseldorf und Hamburg und dem Unternehmen „BoD-Books on Demand“, IU Discussion Paper Marketing, Vol. 3/No. 1. Online-Publikation:
https://www.IU-university.de/wpcontent/uploads/DiscussionPaper_01_Marketing.pdf

Schuster, G. (2012):

Gelingsbedingungen von Fusionen – Identifizierung von Auswirkungen eines Fusionsprozesses auf die Mitarbeiter der Fusionspartner bei bereits durchgeführten Fusionen in Non-Profit-Organisationen,
<http://ediss.sub.uni-hamburg.de/volltexte/2013/5997/>