

Veröffentlichungen

Auerbach, Heiko: Zur Bedeutung von Wettbewerbsstrategien im Verlagsmarketing, in: Simmet, H. (Hrsg.): Marketing - Facetten einer interdisziplinären Marketingtheorie, Dortmund 1990, S. 152-161

Meissner, Hans Günther; Auerbach, Heiko: Euro-Marketing-Controlling, in: Controlling, 2. Jg., H. 5, September/Oktober 1990, S. 232-239

Auerbach, Heiko: Controlling für das Euro-Marketing, in: Meissner, H.G.; Simmet, H. (Hrsg.): Euro-Dimensionen des Marketing, Dortmund 1992, S. 35-61

Meissner, Hans Günther; Auerbach, Heiko: Stärken- und Schwächenanalyse der Unternehmen bei Auslandsaktivitäten, in: Kumar, B.N.; Haussmann, H. (Hrsg.): Handbuch der Internationalen Unternehmenstätigkeit, München 1992, S. 417-427

Auerbach, Heiko: Internationales Marketing-Controlling, Stuttgart 1994

Auerbach, Heiko; Meissner, Hans Günther: Controlling im internationalen Marketing-Management, in: Hermanns, A.; Wissmeier, U.K. (Hrsg.): Internationales Marketing-Management, München 1995, S. 281-309

Auerbach, Heiko: Marketing im Maschinenbau - Kundenzufriedenheit als Leitlinie der Marketing-Planung, in: Maschinenmarkt Sonderausgabe Nr. 0, Oktober 1994, S. 224-229 und Maschinenmarkt, Nr. 8, Februar 1995, S. 62-65

Auerbach, Heiko: Strategische Wettbewerbsvorteile ganzheitlich erzielen, in: Transferbrief der Technologieregion Dortmund, Dortmund 3/94, S. 6 f.

Auerbach, Heiko; Sehringer, Roswitha: Der Einfluss des Wandels auf Entscheidungen im Management, unveröff. Studie, Witten, Bielefeld 1995

Auerbach, Heiko; Czenskowsky, Torsten: *Stralsund 2010: Analyse - Bewertung - Szenarien*, Stralsund 1998

Auerbach, Heiko: Die Verkaufsförderung im Dienstleistungsmarkt, in: Pepels, W. (Hrsg.): Verkaufsförderung, München 1999, S. 205-237

Auerbach, Heiko: Zielgruppen-Marketing in der Wohnungswirtschaft, in: Teichmann, U., Wolff, J. (Hrsg.): Die Krise meistern, Schriftenreihe der Lübecker Kongresstage der Wohnungswirtschaft, Band 5, Berlin u.a. 1999, S. 169-191

Auerbach, Heiko: Marketing-Controlling von Dienstleistungen, in: Pepels, W. (Hrsg.): Betriebswirtschaft der Dienstleistungen, Herne u.a. 2003, S. 334-357

Auerbach, Heiko; Czenskowsky, Torsten: Marketing-Controlling-Konzept, in: Pepels, W. (Hrsg.): Marketing-Controlling-Kompetenz, Berlin 2003, S. 17-31

Auerbach, Heiko: "Was kann ich für Sie tun?" - Marketing-Controlling von Dienstleistungen: Besonderheiten, Ziele und Konsequenzen, in: Database Marketing, 4/2005, S. 6-15

Auerbach, Heiko: Entrepreneurship - Gründertypologie und Erfolgsfaktoren, in: Der Betriebswirt, 2009/1

Auerbach, H.: Der Unternehmer auf dem Vertriebsparkett, oder: Der Tanz mit den Kunden, in: Zdrowomyslaw, N. (Hrsg.): Grundzüge des Mittelstandsmanagements, Gernsbach 2013, S. 161-179