

Dr. Alexander Rossmann

University of St.Gallen
Institute of Marketing
Dufourstrasse 40a
9000 St.Gallen
Switzerland

publications

version: 20.05.2012; citation format: APA 5

journal paper

Rossmann, A. (2011). Social Media: Eine neue Logik für das Marketing?. Marketing Review St. Gallen, 2011(2), 55-60.

book

Rossmann, A. (2010). Vertrauen in Kundenbeziehungen. Wiesbaden: Gabler. - ISBN 978-3-8349-2188-8.

book chapter

Rossmann, A. (2011). Social Media im Inbound Marketing. In Innovationen im Kundendialog: Reales Kundenverhalten und reales Marketing (pp. 113-116). Heidelberg: Springer Gabler. - ISBN 978-3-8349-2332-5.

conference paper

Rossmann, A. (2010). Managing the Dark Side of Trust: Rethinking the Impact of Trust in Relationship Marketing Research. In .

Rossmann, A. (2010). The Impact of Organizational Capabilities and Customer Preferences on Trust in Interfirm Relationships. In .

Rossmann, A. (2010). Trust in Interfirm Relationships: Expanding Insights into Relational Capabilities and Customer Preferences. In .

working paper

Rossmann, A. (2011). Soziale Medien und Netzwerke in der Automobilbranche: Eine Analyse aus Sicht des CIO: -.

Rossmann, A. (2010). Bank im Dialog. Arbeitspapier 1: Perspektiven einer Fokussierung der bankwirtschaftlichen Wertschöpfung auf den Kunden: -.

Rossmann, A. (2010). Next Corporate Communication. Arbeitspapier 1: Perspektiven von Social Media für Marketing und Unternehmenskommunikation: -.

article

Rossmann, A. (2010). Bei Social Media ist in Unternehmen Zusammenarbeit gefragt. HORIZONT Fachmedium für Marketing, Werbung und Medien, 15, 14.

Rossmann, A. (2009). Erfolg durch Kooperation. Information Week, 10, Oktober, 20-22.

Rossmann, A. (2009). Erfolgreiche Outsourcing-Projekte. Swiss IT-Magazine, 9, September, 15-17.