

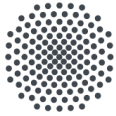
Universität Stuttgart

Betriebswirtschaftliches Institut
Lehrstuhl für ABWL und Marketing

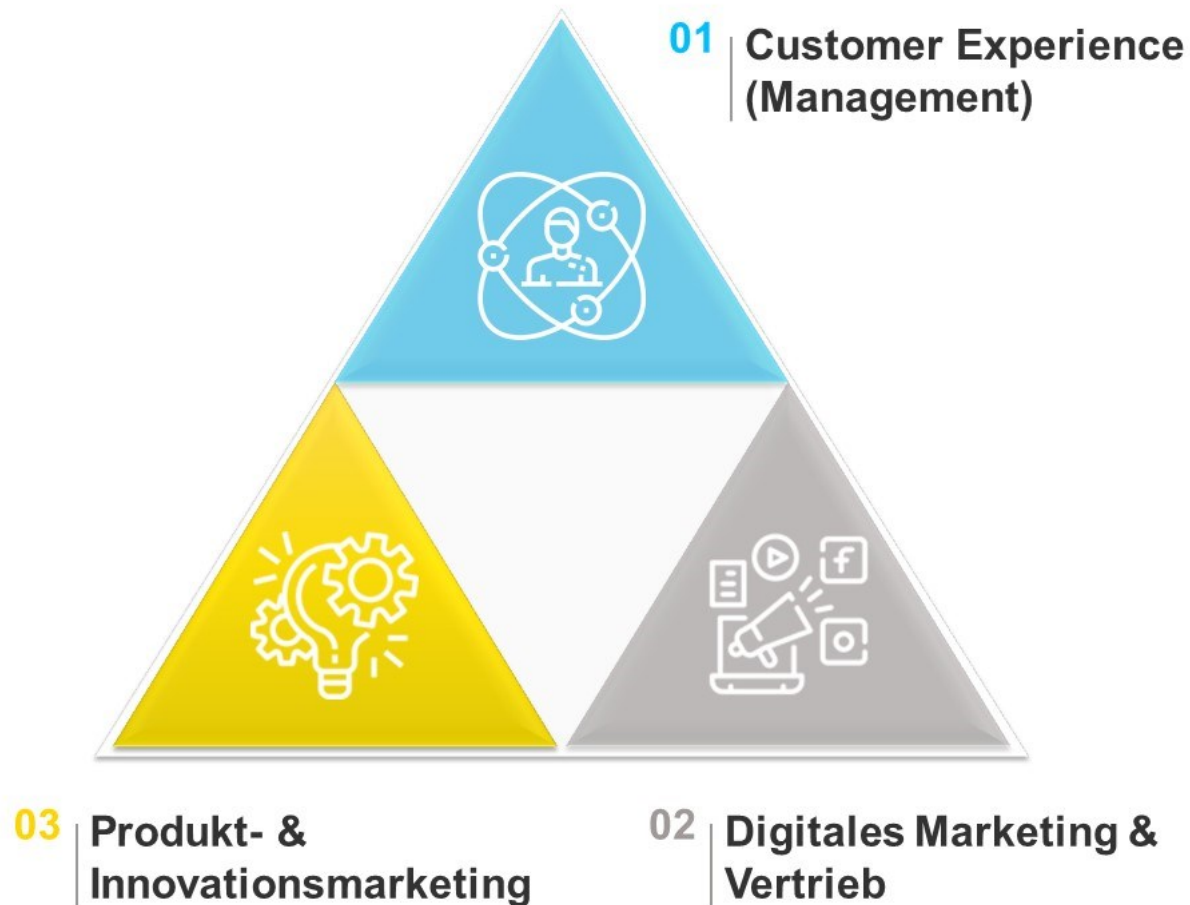
Prof. Dr. Christina Kühnl



- 2023 Associate Editor für den Track „Innovation & Technology“ des *Journal of Business Research*
- 2022 Vorsitzende des Prüfungsausschuss Wirtschaftswissenschaften der Universität Stuttgart
- 2020 Professorin für ABWL und Marketing
Betriebswirtschaftliches Institut
Universität Stuttgart
- 2016 Professorin für Marketingmanagement, Innovation & Produktdesign
ESB Business School, Hochschule Reutlingen
- 2016 Venia legendi (Habilitation) in Betriebswirtschaftslehre
Universität Mannheim
- 2012, 2013 Visiting Scholar
Center for Global Innovation, Prof. Gerry Tellis, PhD
USC Marshall School of Business, Los Angeles, CA
- 2010 Promotion (Dr. rer. pol.); Universität Mannheim
- 2006 Diplom-Kauffrau und Diplôme d'Études Universitaire Françaises; Universität Mannheim, Jean Moulin Lyon III

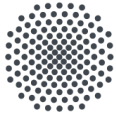


Forschungsschwerpunkte



Hier mehr
erfahren





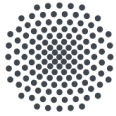
Auszeichnungen und Stipendien

- 2023 Publikationspreis der Fakultät 10: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Stuttgart
- 2022 Jackstädt Fellowship der Dr. Werner Jackstädt Stiftung
- 2020 „JungeWilde“- Auszeichnung für die forschungstärksten Betriebswirte unter 40 Jahre im deutschsprachigen Raum WirtschaftsWoche
- 2020 Finalist für den 2020 Sheth Foundation / *Journal of Marketing* Award für “long-term contributions to the field of marketing”
- 2016 2015 Shelby D. Hunt / Harold H. Maynard Award American Marketing Association (AMA) für den einflussreichsten Theorieartikel im *Journal of Marketing*
- 2015 – 2017 Fast Track: Exzellenz und Führungskompetenz für Wissenschaftlerinnen auf der Überholspur Jahrgang „Interdisziplinäre Forschung“
- 2013 Innovation Award 2012 für Doktorarbeiten im Segment Market Strategy; Schaeffler FAG Stiftung
- 2009, 2014 Best in Track Paper Awards
AMA Winter Educators' Conference, Tampa & Orlando FL



Robert Bosch **Stiftung**





Universität Stuttgart

Betriebswirtschaftliches Institut

Lehrstuhl für ABWL und Marketing

Publikationen in peer-reviewed journals (1/2)

Weidig, J., Weippert, M., Kuehnl, C. (2024), Personalized touchpoints and customer experience: A conceptual synthesis, *Journal of Business Research*, 177, 114641.



**JOURNAL OF
BUSINESS
RESEARCH**

Weidig, J., Kuehnl, C. (2023), Improving the effectiveness of personalized recommendations through attributional cues, *Psychology & Marketing*, published 04. Oktober 2023.



**Psychology
& Marketing**

Wielgos, D., Homburg, Ch., Kuehnl, C. (2021), Digital business capability: its impact on firm and customer performance, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49 (4), 762-789.



**Journal of the
Academy of
Marketing
Science**

Imschloss, M., Kuehnl, C. (2019), Retailers! Can Your Customers Feel Your Music? Investigating Cross-modal Correspondences between Music and Haptic Perceptions, *Journal of Retailing*, 95 (04), 158-169.



**Journal of
Retailing**
ELSEVIER

Kuehnl, C., Jozic, D, Homburg, Ch. (2019), Effective customer journey design: consumers' conception, measurement, and consequences, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(03), 551-568.

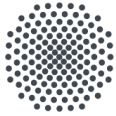


**Journal of the
Academy of
Marketing
Science**

Homburg, Ch., Jozic, D., Kuehnl, C. (2017), Customer Experience Management: Towards Implementing an Evolving Marketing Concept, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45 (03), 377-401.



**Journal of the
Academy of
Marketing
Science**



Universität Stuttgart

Betriebswirtschaftliches Institut

Lehrstuhl für ABWL und Marketing

Publikationen in peer-reviewed journals (2/2)

Imschloss, M., Kuehnl, C. (2017), Don't Ignore the Floor: Exploring Multi-Sensory Atmospheric Congruence between Music and Flooring in a Retail Environment, *Psychology & Marketing*, 34 (10), 931-945.



Kuehnl, C., Fürst, A., Homburg, Ch., Staritz, M. (2017), Toward a Differentiated Understanding of the Value-Creation Chain, *British Journal of Management*, 28 (03), 444-463.



Homburg, Ch., Schwemmler, M., Kuehnl, C. (2015), New Product Design: Concept, Measurement, and Consequences, *Journal of Marketing*, 79 (03), 41-56.



Homburg, Ch., Kuehnl, C. (2014), Is the More Always Better? A Comparative Study of Internal and External Integration Practices in New Product and New Service Development, *Journal of Business Research*, 67 (07), 1360-1367.

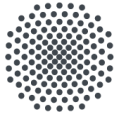


Kuehnl, C., Mantau, A. (2013), Same Sound, Same Preference? Investigating Sound Symbolism Effects in International Brand Names, *International Journal of Research in Marketing*, 30 (04), 417-420.



Homburg, Ch., Fürst, A., Kuehnl, C. (2012), Ensuring International Competitiveness: A Configurative Approach to Foreign Marketing Subsidiaries, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40 (02), 290-312.





Universität Stuttgart

Betriebswirtschaftliches Institut
Lehrstuhl für ABWL und Marketing

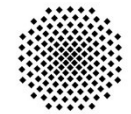
Lehrerfahrung

- Einführung ins Marketing
- Marketing I für Betriebswirte
- Marketingprojekte
- Produktmanagement
- Product & Price Management
- Innovation Management
- Research Methods
- Market Research
- Quantitative Methoden
- Empirische Sozialforschung
- Bachelor of Science
- Master of Science
- Diplom
- Full-time & Part-time MBA
- PhD Programm
- DBA

Was Studierende sagen...

- Great lecturer; clearly very knowledgeable
- Use of interactive materials and plenty of - examples from research and practice
- Lots of classroom involvement
- Practice questions were very helpful

- Ausgezeichnete Folien zur Unterstützung des Inhaltes, sowie gute Praxisbeispiele, Übungsaufgaben und Cases.
- Wahrscheinlich eine der best-strukturierten Vorlesungen im 2. Semester



**Universität
Stuttgart**

