



Dipl.-Kfm. Benjamin Brudler

**Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand
am Institut für Marketing**

Diplom-Kaufmann

Ausbildung und akademischer Werdegang

Seit 11/2004	Ludwig-Maximilians-Universität München Lehrstuhl Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand Postgraduales Studium „Betriebswirtschaftliche Forschung“ (MBR)
04/1999 - 04/2004	Technische Universität Berlin Studium der Betriebswirtschaftslehre Schwerpunkte Marketing, Investition und Finanzierung Auslandsstudium in Göteborg, Schweden und Los Angeles, USA Diplom: 1,5
06/1997	Hildegard-Wegscheider-Oberschule (Berlin) Abitur: 1,7

Berufserfahrung und Praktika (Auszug)

Seit 11/2004	Diverse Lehraufträge u.a. Berufsakademie Heidenheim, Bayerische Akademie für Werbung, Akademie für Mode und Design München, IHK München Referent für Marketingthemen u.a. synovate GmbH, Tourismusverband Sachsen, Journal International Mitarbeit an verschiedenen Beratungs- und Forschungsprojekten Technische Universität Berlin, Lehrstuhl für Systemanalyse und EDV Tutor für das Fach Wirtschaftsinformatik
09/2002-03/2004	Aimaq.Rapp.Stolle Werbeagentur GmbH Praktikant und Werkstudent im Bereich Business Development
03/2001-06/2002	dooyoo AG Praktikant und Werkstudent im Bereich Online-Marketing
08/2000-02/2001	

Sprachen

Englisch	fließend
Schwedisch	gut

Veröffentlichungen

- Meyer, A./Brudler, B./Blümelhuber, C. (2007): Everybody's darling? – The target groups of a brand, in: Handbook Brand and Experience Management, hrsg. v. Schmitt, B., Cheltenham, Northampton (im Erscheinen).
- Meyer, A./Brudler, B. (2007): Kommunikation für Dienstleistungen, in: Handbuch Kommunikation, hrsg. v. Esch, F.-R./Bruhn, M./Langner, T., Wiesbaden (im Erscheinen).
- Meyer, A./Brudler, B. (2007): Everybody's darling? Die Marke und ihre Zielgruppen, in: Markenreader, hrsg. v. Bauer, H.H./Huber, F./Albrecht, C.-M., München (im Erscheinen).