

05.4.2026

Author

VOSS, Rüdiger

Title

Hochschulmarketing / Rüdiger Voss (Hrsg.)

Edition

2., völlig überarb. Aufl.

Publisher

Lohmar [u.a.] : Eul, 2009

Collation

XII, 225 S. : Ill., graph. Darst.

Publication year

2009

Series

(Wissenschafts- und Hochschulmanagement ; 5)

ISBN

978-3-89936-792-8

Inventory number

75678

Keywords

Hochschulmarketing ; Hochschule und Öffentlichkeit ; Hochschule : Idee und Aufgabe ; Hochschule : gegenwärtige Situation ; Hochschule und Gesellschaft ; Hochschule : Wettbewerb ; Studentenschaft : Studienverhalten ; Lehre

Abstract

Nicht nur durch die Veränderungen der bildungspolitischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stehen deutsche Hochschulen vor einer Vielzahl von neuen Herausforderungen.

05.4.2026

Die Internationalisierung/Globalisierung oder die zunehmend komplexer werdenden Anforderungen in der Berufswelt fordern ebenso neue Lösungsansätze. Damit rücken Kundenorientierung sowie gezielte Marketing-Konzepte von Hochschulen in den Blickpunkt des Interesses. Dieses Buch hilft bei der Klärung zentraler Fragen des Hochschulmarketings, die sich aus den veränderten Rahmenbedingungen ergeben. Neben Mitarbeitern, die vor der Aufgabe stehen, ein universitäres Marketing-Konzept zu implementieren oder zu optimieren, sind vor allem auch Wissenschaftler, Studierende und Praktiker mit dieser Publikation angesprochen, die sich über diesen Themenkomplex informieren wollen. (HRK / Abstract übernommen)

Signature

H 07 HOCH -130