20.6.2025

Author

LANGER, Markus F.

Title

Werbewirkungsanalyse für das internationale Hochschulmarketing : Erfahrungen und Empfehlungen

Publication year

2005

Source/Footnote

In: Instrumente des Marketing-Controlling : das Beispiel des auslandsorientierten Master-Studiengangs Electrical Communication Engineering / Bernd Armbruster ... (Hrsg.). CHE, Centrum für Hochschulentwicklung. - Kassel : Univ. Press, 2005. - S. 32 - 45

Inventory number

19467

Keywords

Hochschulmarketing ; Studentenschaft : Studienverhalten ; Internationalität

Signature

H 07 INST