

30.7.2024

**Author**

GREVEN, Gunther

**Title**

Hochschulen als Marken : ein Beitrag zur Hochschulwahl auf verhaltenstheoretischer Grundlage

**Edition**

1. Aufl.

**Publisher**

Wiesbaden : Gabler, 2011

**Collation**

XXIII, 288 S. : graph. Darst.

**Publication year**

2011

**Series**

(Gabler Research ; 30. Innovatives Management)

**ISBN**

978-3-8349-2675-3

**Source/Footnote**

Zugl.: Leipzig, Handelshochsch., Diss., 2010, weitere Informationen:

<http://www.gabler.de/Buch/978-3-8349-2675-3/Hochschulen-als-Marken.html>

**Inventory number**

76819

**Keywords**

Hochschulmarketing ; Hochschule und Öffentlichkeit ; Hochschule : Wettbewerb ; Studentenschaft : Studienverhalten

**Abstract**

**30.7.2024**

Der steigende Wettbewerb im deutschen Hochschulwesen führt dazu, dass immer mehr Hochschulen über ein differenziertes Leistungsangebot eine profilierte Position in den Köpfen ihrer Zielgruppen anstreben. Im Fokus der Aktivitäten stehen besonders potenzielle Studierende. Daraus ergibt sich die Frage, durch welche Leistungscharakteristika deren Entscheidung über ihre künftige Studieninstitution beeinflusst werden kann, um Bewerberzahlen und Bewerberqualität von Hochschulen effektiv zu steigern. Gunther Greven beschäftigt sich daher mit der Entwicklung und empirischen Überprüfung eines verhaltenstheoretischen Erklärungsansatzes des Hochschulwahlprozesses.(HRK / Abstract übernommen)

## **Signature**

H 07 GREV