

21.7.2024

Author

ARNDT, Hans-Wolfgang

Title

Marketing als Kernelement der Internationalisierung : Partnerschaft mit führenden Universitäten in der Welt ; Hochschulmarketing ist verwoben mit internationaler Hochschulentwicklung

Publication year

2006

Source/Footnote

In: Hochschulmarketing / Hrsg.: Deutscher Akademischer Austauschdienst. [Red.: Uschi Heide]. - Bielefeld : Bertelsmann, 2006. - S. 34 - 37

Inventory number

22041

Keywords

Hochschulmarketing ; Hochschule und Öffentlichkeit ; Internationalität ; Hochschulen : Mannheim
FHTG : Personal, Vorlesungen

Signature

H 07 HOCH -120