

05.7.2024

Title

Marketingkonzepte in einer Public-Private-Partnership am Beispiel der "Universität Heidelberg - Akademie für Wissenschaftliche Weiterbildung"

Publication year

2007

Source/Footnote

In: Vermarktung von Hochschulweiterbildung : Theorie und Praxis / Anke Hanft ; Annika Simmel (Hrsg.). - Münster [u.a.] : Waxmann, 2007. - S. 37 - 42

Inventory number

22365

Keywords

Hochschule : Wettbewerb ; Weiterbildung : allgemein ; Hochschulmarketing ; Hochschule und Öffentlichkeit ; Hochschulen : Heidelberg U : Studentenschaft, Studium

Signature

S 10 VERM