

21.7.2024

**Author**

BODE, Jürgen

**Title**

Messung der Wirkung : Analyse des zurechenbaren Erfolges von Marketingmaßnahmen in Hochschule und Wissenschaft verlangt dreierlei: Kriterien, Prozess, Ergebnis / Jürgen Bode

**Publication year**

2017

**Source/Footnote**

In: Wissenschaftsmanagement : Handbuch & Kommentar / Markus Lemmens ; Péter Horváth ; Mischa Seiter (Hrsg.). - Bonn : Lemmens, 2017. - S. 786 - 797

**Inventory number**

46571

**Keywords**

Hochschulmarketing ; Hochschule und Öffentlichkeit ; Wissenschaft und Gesellschaft

**Signature**

M 08 WISS