

23.7.2024

Author

KRAHN, Britta; RIETZ, Christian

Title

Sammelband Hochschul-Services : Beiträge zu Veranstaltungen der Reihe "Hochschulen im Fokus" der University Partners Interchange GmbH, Frühjahr/Sommer 2010 in Bonn / Britta Krahn ; Christian Rietz (Hrsg.)

Publisher

Bonn : DHI, Dt. Hochschul-Inst., 2012

Collation

223 S.: graph. Darst.

Publication year

2012

Series

(Schriftenreihe Hochschulen im Fokus ; 2012, 1)

ISBN

978-3-9814675-1-2

Source/Footnote

Enth.: Hochschulmarketing - Marken, Profile und Kommunikation. - Servicewüste Hochschule?. - Campus Management - IT follows strategy?

Inventory number

78588

Keywords

Hochschulmarketing ; Hochschule und Öffentlichkeit ; Hochschule : Virtuelle Hochschule ; Hochschulreform : allgemein ; Hochschule : Verwaltung allgemein ; Kommunikationstechnik ; Multimedia / Internet ; Qualitätssicherung ; Studentenwerke : Sachsen ; Berufung : allgemein ; Hochschullehrer : allgemein ; Deutscher Akademischer Austauschdienst ; Hochschulen : Aachen TH :

23.7.2024

Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Augsburg U : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Braunschweig TU : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Bremen HfK : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Bremen U : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Darmstadt FH : Personal, Vorlesungen ; Hochschulen : Frankfurt/Main FH : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Hamburg-Harburg TU : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen : Köln U : Studentenschaft, Studium ; Prüfungsordnungen : Ingenieure (allg.) ; Prüfungsordnungen : Mathematik ; Prüfungsordnungen : Naturwissenschaften ; Ausland : Niederlande : Studium, Studenten, Lehre ; Ausland : Schweiz : einzelne Hochschulen ; Ausland : Schweiz : Studenten, Studium, Lehre

Abstract

Die tiefgreifenden Veränderungen der letzten Jahre in der deutschen Hochschullandschaft stellen die Hochschulen vor die große Herausforderung, nicht nur die Qualität von Lehre und Forschung zu gewährleisten und zu optimieren, sondern sich als eigenständige, moderne Lehr- und Forschungsorganisationen im Wettbewerb um Ressourcen und Personen auf nationaler und internationaler Ebene zu behaupten. Dabei gewinnen Themen wie professionelles Hochschulmarketing nach außen und innen oder auf die verschiedenen Akteure und Zielgruppen zugeschnittene Serviceangebote genauso an Bedeutung wie die Implementierung von leistungsfähigen, integrierten Campus-Management-Systemen. Dieser Tagungsband bündelt unter dem übergreifenden Titel Hochschul-Services die Beiträge der 2010 in Bonn durchgeführten Fachtagungen 'Hochschulmarketing?', 'Servicewüste Hochschule?' und 'Campus Management?' mit Ideen, Konzepten und Lösungen aus der Hochschulpraxis. (HRK / Abstract übernommen)

Signature

H 07 SAMM