

23.7.2024

Author

CECAN, Ludmila

Title

Universität als Marke : Analyse und Konstruktion / von Ludmila Cecan

Edition

1. Aufl.

Publisher

Hamburg : disserta, 2014

Collation

140 S. : Ill.

Publication year

2014

ISBN

978-3-05425-504-6

Inventory number

78680

Keywords

Hochschule und Öffentlichkeit ; Hochschulmarketing ; Hochschule : Idee und Aufgabe ; Hochschule und Gesellschaft ; Hochschulen : Kassel U/GH : Studentenschaft, Studium

Abstract

Dieses Buch ist als Ergebnis einer wissenschaftlichen Studie entstanden, die als Abschlussarbeit für den Wirtschaftswissenschaftenstudiengang durchgeführt wurde. Die Studie befasst sich mit dem Thema der Konstruktion einer Marke für eine Non-Profit Organisation, in diesem Fall für eine staatliche Universität. Die Studie umfasst einen theoretischen, praktischen bzw. empirischen Teil und ist in neun Kapitel gegliedert. Die Universität Kassel dient als Untersuchungsobjekt für eine empirische Untersuchung. Die zentrale Fragestellung der vorliegenden Studie ist: Wie gelingt es einer

23.7.2024

Universität sich als eine Marke zu etablieren? Hierzu werden die aktuelle Situation auf dem Bildungsmarkt, die Problemfelder, mit welchen die deutschen Universitäten in den letzten Zeiten konfrontiert wurden, analysiert und auf Grundlage von theoretischen Konzepten zum Thema Markenmanagement gezeigt, welche Aspekte zu berücksichtigen sind, um eine erfolgreiche Universitätsmarke zu bilden. (HRK / Abstract übernommen)

Signature

H 07 CECA