

12.1.2025

**Author**

HABICHT, Hagen

**Title**

Universität und Image : Entwicklung und Erprobung eines stakeholderorientierten Erhebungsinstrumentariums / Hagen Habicht

**Edition**

1. Aufl.

**Publisher**

Wiesbaden : Gabler, 2009

**Collation**

XXII, 421 S. : graph. Darst.

**Publication year**

2009

**Series**

(Gabler Research. Markt- und Unternehmensentwicklung)

**ISBN**

978-3-8349-1939-7

**Source/Footnote**

Zugl. München, Techn. Univ., Diss., 2009

**Inventory number**

75875

**Keywords**

Hochschule und Staat : allgemein ; Hochschule und Öffentlichkeit ; Hochschulmarketing ;

Hochschule : Wettbewerb ; Hochschulen : München TU : Studentenschaft, Studium ; Hochschulen :

München TU : Personal, Vorlesungen

12.1.2025

**Abstract**

Im Wettbewerb um Studenten und Sponsoren ist das Image einer Hochschule ein zentraler Wettbewerbsfaktor. Hagen Habicht untersucht die Imagebildung am Beispiel der TU München. Er entwickelt und erprobt eine für die Imageforschung neue Methoden-kombination aus narrativer Image-Erhebung und der Imageanalyse auf Basis von Cognitive Maps. Dieser innovative Ansatz erlaubt eine auf Erlebniswelten basierende Imageanalyse, aus der sich neue Formen des Imagemanagements ableiten lassen. Das beschriebene Instrumentarium zielt auf die Verbesserung von Authentizität und Konsistenz im Image einer Organisation ab. Die Universität im Wettbewerb; Entwicklung und Erprobung eines Prozesses zur Imagehebung und Imageanalyse; Imagebasierte Stakeholderanalyse für Universitäten; Stakeholdergruppen-bezogene Analyse des Corporate Images. (HRK / Abstract übernommen)

**Signature**

H 07 HABI