

Literatur zum Thema „Hochschulmarketing“

Martin Winter, Stand 10.7.2008

Amrhein, Denise 1998: Die Universität als Dienstleistungsunternehmen: innovative Organisationsstrukturen und Motivationskonzepte. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag

Armbruster, Bernt/König, Josef (Hg.) 2003: Evaluierung und Hochschul-PR: Kriterien und Verfahren; mit einer Dokumentation des Workshops des Arbeitskreises "Evaluierung von Hochschul-PR" am 24. und 25. September 2002 in Karlsruhe. Bonn: Beiträge zur Hochschulpolitik; 2003/5 der HRK

Bieberstein, Ingo 2006: Dienstleistungs-Marketing. Ludwigshafen (Rhein): Kiehl. 4., überarb. und aktualisierte Auflage

Brüser, Rene 2003: Perspektiven des Hochschulmarketing. Eine theoretische und empirische Bestandsaufnahme des deutschen Hochschulsystems Halberstadt, Hochschule Harz, Fachbereich Verwaltungswissenschaft. Im Internet: <http://hsdbs.hof.uni-halle.de/documents/t1370.pdf>

Bühler, Heike/Naderer, Gabriele/Koch, Robertine/Schuster, Carmen 2007: Hochschul-PR in Deutschland: Ziele, Strategien und Perspektiven. Wiesbaden: DUV

Canterbury, M.R. 1999: Higher Education Marketing: A Challenge. S. 15-24 in: Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 9, Heft 3

Cordes, Jens 2001: Strategisches Hochschulmarketing. S. 37-62 in: Cordes, Jens/Folker, Roland/Westermann, Georg (Hg.) Hochschulmanagement: Betriebswirtschaftliche Aspekte der Hochschulsteuerung. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag

Die neue Hochschule, Heft 1/2001, Vol. 42: Hochschulmarketing. Bonn, Sonderheft Tagungs-Dokumentation

Freitag, Claudia/Hellstern, Gerd-Michael (Bearb.), Universität Gesamthochschule Kassel/Fachbereich Wirtschaftswissenschaften 1997: Von der Öffentlichkeitsarbeit zum Hochschulmarketing? Tagungsdokumentation. Arbeitstagung an der Universität/Gesamthochschule Kassel, 04. Juli 1997. Kassel

GATE-Germany (Hg.) 2008: Instrumente zur Rekrutierung internationaler Studierender. Ein Praxisleitfaden für erfolgreiches Hochschulmarketing. Gütersloh: WBV

Gerhard, Julia 2004: Die Hochschulmarke. Ein Konzept für deutsche Universitäten. Dissertation Nr. 2908. Köln: Josef Eul Verlag

Heidel, Uschi (Red.), Deutscher Akademischer Austauschdienst (Hg.) 2006: Hochschulmarketing. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag

Heiland, Thomas 2001: Marketing und Wettbewerb im deutschen Hochschulsystem. Eine empirische und implikationsorientierte Analyse. Frankfurt/Main: DUV

Hell Benedikt/Haehnel, Christin 2008: Bewerbermarketing im tertiären Bildungsbereich unter Berücksichtigung des Entscheidungsverhaltens Studieninteressierter. S. 8-32 in: Beiträge zur Hochschulforschung, Vol. 30, Heft 2. Im Internet: http://www.ihf.bayern.de/?download=2-2008_Hell-Haehnel.pdf

Hennig-Thurau, Thorsten 2004: Marktbezogenes Organisationales Lernen als Aufgabe des Hochschulmanagements. Bestandsaufnahme und Entwicklung eines Erfolgskonzeptes für Universitäten. Berlin: Duncker & Humblot

Hermeier, Burghard 1992: Konzept eines marketingorientierten Hochschulmanagement – theoretische Ansätze und empirische Befunde. Essen: Dissertation

DUZ, Juni-Heft 2003, Special: Hochschul-Marketing in Deutschland. Stellenwert-Strukturen-Ressourcen, Bonn: Raabe

Klein, Andreas 2007: Nonprofit-Marketing. S. 1545-1548 in: Das Wirtschaftsstudium. Düsseldorf: Lange, Vol. 36, Heft 12

Krachenberg, A. R. 1972: Bringing the Concept of Marketing to Higher Education. S. 369-380 in: The Journal of Higher Education, Vol. 43, No. 5. (May, 1972). URL: <http://links.jstor.org/sici?sici=0022-1546%28197205%2943%3A5%3C369%3ABTCOMT%3E2.0.CO%3B2-5>

Kraft, Nadine 2007: Gezielte Tabubrüche für das Image: Marketing ist nicht mehr für alle Hochschulen ein Fremdwort. S. 24 in: DUZ. Berlin: Raabe, Vol. 63, Heft 2

Krebs, Wolfgang 2006: Marketing der Wissenschaften: Strategien des planbaren Erfolges; unter besonderer Berücksichtigung geisteswissenschaftlicher Studiengänge. Berlin: Rhombos

Litten, Larry H. 1980: Marketing Higher Education: Benefits and Risks for the American Academic System. The Journal of Higher Education, Vol. 51, No. 1. (Jan. - Feb., 1980), pp. 40-59. Im Internet: <http://links.jstor.org/sici?sici=0022-1546%28198001%2F02%2951%3A1%3C40%3AMHEBAR%3E2.0.CO%3B2-F>

Madden, Charles S. 2008: The promise of marketing in higher education: where we have been, where we are and where we are going. S. 280-296 in: The Routledge companion to nonprofit marketing. London [u.a.]: Routledge

Manschwetus, Uwe 2001: Die Potenziale des Internet im Rahmen des Hochschulmarketing. S. 79-101 in: Cordes, Jens/Folker, Roland/Westermann, Georg (Hg.) Hochschulmanagement: Betriebswirtschaftliche Aspekte der Hochschulsteuerung. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag

Meffert, Heribert/Bruhn, Manfred 2006: Dienstleistungsmarketing: Grundlagen - Konzepte - Methoden. 5., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Gabler

Meffert, Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred 2008: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele. 10., vollst. überarb. und erw. Auflage. Wiesbaden: Gabler

Müller-Böling, Detlef 2007: Marketing von Hochschulen: ein Rück- und Ausblick. In: Marktorientierte Führung im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel. S. 261-281 in: Marktorientierte Führung im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel: Heribert Meffert zum 70. Geburtstag. Herausgegeben von Manfred Bruhn, Manfred Kirchgeorg, Johannes Meier. Wiesbaden: Gabler

Müller-Böling, Detlef; Meffert, Heribert (Hg.): Hochschulmarketing – Herausforderung und Erfolgsfaktoren im Wettbewerb, Dokumentation der Tagung vom 15. Januar 2007, Münster, CHE-Arbeitspapier Nr.98. Im Internet: http://www.che.de/downloads/AP98_Tagung_Hochschulmarketing_07_AP98.pdf

Pohl, Hans-Peter/Vogt, Roger (Red.) 2003: ProfilPlus Marketing für öffentliche Institutionen. Hochschul-Marketing in Deutschland. Stellenwert - Strukturen - Ressourcen. Eine repräsentative Marktstudie. In: DUZ: Das unabhängige Hochschulmagazin, Beil.: DUZ spezial, Vol. 59, Heft. 12

Reckenfelderbäumer, Martin/Kim, Seon-Su 2006: Hochschulmarketing 2010 – Aktuelle Herausforderungen und Marketingansätze für deutsche Hochschulen. In: Innovatives Dienstleistungsmarketing in Theorie und Praxis. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag. S. 181-215 in: Innovatives Dienstleistungsmarketing in Theorie und Praxis/Michael Kleinaltenkamp (Hg.). Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag

Roberts, David (Hg.) 2007: Higher education marketing: a professional's guide to strategic theory and practice. London: Routledge

Sporn, Barbara 1996: Managing university culture. An analysis of the relationship between institutional culture and management approaches. S. 41-61 in: Higher Education, Vol. 32, Heft 1

Trogele, Ulrich 1997: Strategisches Marketing für deutsche Universitäten. Die Anwendung von Marketing-Konzepten amerikanischer Hochschulen in deutschen Universitäten
Frankfurt/Main: Lang Schriftenreihe: Europäische Hochschulschriften: Reihe 5. Volks- und Betriebswirtschaft

Tutt, Lars 1997: Der Studienentscheidungsprozeß. Informationsquellen, Informationswünsche und Auswahlkriterien bei der Hochschulwahl Erscheinungsjahr: 1997
Verlagsort: Duisburg Schriftenreihe: Diskussionsbeiträge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg

Tutt, Lars 1997: Marketing-Kommunikation für Hochschulen. Duisburg Schriftenreihe: Diskussionsbeiträge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg

Voss, Rödiger/Gruber, Thorsten (Hg.) 2006: Hochschulmarketing. Lohmar [u.a.]: Eul. Wissenschafts- und Hochschulmanagement

Wallaschek, Hannah 2004: Hochschulmarketing: Zielgruppe Studieninteressierte. Hildesheim

Wangen-Goss, Margret 1983: Marketing für Universitäten. Möglichkeiten und Grenzen der Übertragbarkeit des Marketing-Gedankens auf den universitären Bereich. Spardorf: Wilfer

Wefers, Ulrike 2007: Hochschulmarketing in Deutschland: Chancen und Herausforderungen. Saarbrücken: VDM Verlag Müller