Heinrichs

Hochschulmanagement



Die Hochschulen haben sich in den letzten Jahrzehnten nachhaltig gewandelt. Die Zahl der Studierenden hat sich innerhalb von 30 Jahren nahezu verdoppelt, die Größe der Etats und die Anzahl der Beschäftigten entsprechen heute vielfach denen eines mittelständischen Unternehmens, die Einführung der europaweit einheitlichen Bachelor-/Master-Studienstruktur führte zu höchst komplexen organisatorischen, rechtlichen und verwaltungstechnischen Veränderungen, die Internationalisierung von Forschung und Lehre hat erkennbar zugenommen, die Binnenstruktur mit dem Hochschulrat als Kontroll- und Steuerungsinstrument erfordert zusätzliche Abstimmungen innerhalb der Hochschulselbstverwaltung, die Teil-Finanzierung über Drittmittel ist längst unverzichtbar geworden, und die Anforderungen an ein Hochschulmarketing zur Positionierung im internationalen Wettbewerb entsprechen heute denen eines Wirtschaftsbetriebs. Die Folge ist ein deutlich erhöhter Steuerungsaufwand auf allen Führungsebenen. Als Reaktion auf diese Veränderung werden in Führungsämtern zunehmend Managementkompetenzen gefordert. Diesem neuen Anforderungsprofil versucht man zu genügen, indem man entweder externe Personen mit Managementkompetenzen in Führungsämter wählt oder aber Hochschulangehörige mit Interesse an Führungsaufgaben gezielt weiterbildet. Zunehmend zeigt sich aber auch, dass sich eine Managementkompetenz nicht nur auf wenige Führungspersonen beschränken darf, sondern dass solche Kenntnisse und Erfahrungen auf fast allen Ebenen einer Hochschule erforderlich sind. Nur so wird es gelingen, den deutlich gewachsenen Anforderungen an die Führung und Steuerung von Hochschulen dauerhaft gerecht zu werden. Genau zu dieser Herausforderung will dieses Buch einen Beitrag leisten. Dazu werden in einem einleitenden Kapitel zunächst einige Grundlagen der Managementlehre vorgestellt, die vor allem jenen Leserinnen und Lesern zu einer ersten Orientierung dienen, die sich bisher noch nicht mit Fragen des Managements beschäftigen mussten.

Die Hochschulen haben sich in den letzten Jahrzehnten nachhaltig gewandelt. Die Zahl der Studierenden hat sich innerhalb von 30 Jahren nahezu verdoppelt, die Größe der Etats und die Anzahl der Beschäftigten entsprechen heute vielfach denen eines mittelständischen Unternehmens, die Einführung der europaweit einheitlichen Bachelor-/Master-Studienstruktur führte zu höchst komplexen organisatorischen, rechtlichen und verwaltungstechnischen Veränderungen, die Internationalisierung von Forschung und Lehre hat erkennbar zugenommen, die Binnenstruktur mit dem Hochschulrat als Kontroll- und Steuerungsinstrument erfordert zusätzliche Abstimmungen innerhalb der Hochschulselbstverwaltung, die Teil-Finanzierung über Drittmittel ist längst unverzichtbar geworden, und die Anforderungen an ein Hochschulmarketing zur Positionierung im internationalen Wettbewerb entsprechen heute denen eines Wirtschaftsbetriebs. Die Folge ist ein deutlich erhöhter Steuerungsaufwand auf allen Führungsebenen. Als Reaktion auf diese Veränderung werden in Führungsämtern zunehmend Managementkompetenzen gefordert. Diesem neuen Anforderungsprofil versucht man zu genügen, indem man entweder externe Personen mit Managementkompetenzen in Führungsämter wählt oder aber Hochschulangehörige mit Interesse an Führungsaufgaben gezielt weiterbildet. Zunehmend zeigt sich aber auch, dass sich eine Managementkompetenz nicht nur auf wenige Führungspersonen beschränken darf, sondern dass solche Kenntnisse und Erfahrungen auf fast allen Ebenen einer Hochschule erforderlich sind. Nur so wird es gelingen, den deutlich gewachsenen Anforderungen an die Führung und Steuerung von Hochschulen dauerhaft gerecht zu werden. Genau zu dieser Herausforderung will dieses Buch einen Beitrag leisten. Dazu werden in einem einleitenden Kapitel zunächst einige Grundlagen der Managementlehre vorgestellt, die vor allem jenen Leserinnen und Lesern zu einer ersten Orientierung dienen, die sich bisher noch nicht mit Fragen des Managements beschäftigen mussten.

39,95 €
37,34 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783486590296
Medium: Buch
ISBN: 978-3-486-59029-6
Verlag: De Gruyter
Erscheinungstermin: 21.04.2010
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2010
Produktform: Gebunden
Gewicht: 643 g
Seiten: 257
Format (B x H): 175 x 246 mm

Kundenservice Verlag Dr. Otto Schmidt KG
Neumannstraße 10, 40235 Düsseldorf | kundenservice@otto-schmidt.de | 0221-93738-997 (Inland)