

Beier

Hochschul-Sponsoring

Rahmenbedingungen und Faktoren erfolgreicher Kooperationen

Alternative Finanzierungswege an Hochschulen gewinnen auch in Deutschland an Bedeutung. In immer stärkerem Maß wird es Aufgabe der Hochschulen, in Eigeninitiative Geld- und Sachmittel einzuwerben. Hochschul-Sponsoring wird dabei oft als profitables Mittel gesehen.

Stefanie Beier analysiert die Voraussetzungen und Faktoren für erfolgreiche Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen beim Hochschul-Sponsoring theoretisch und empirisch. Am Beispiel ausgewählter Hochschulen und Unternehmen untersucht sie die Bedingungen in den Organisationen und die Erwartungen der Geldgeber. Es wird deutlich, dass Hochschulen durch Sponsoring Einnahmen erzielen können, dazu aber Investitionen, Strategien und unternehmerisches Handeln notwendige Voraussetzungen sind. Der Blick in das Ausland, z. B. in die Niederlande und Großbritannien, liefert Hinweise auf eine langfristige Entwicklung.

Stefanie Beier analysiert die Voraussetzungen und Faktoren für erfolgreiche Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen beim Hochschul-Sponsoring theoretisch und empirisch. Es wird deutlich, dass Hochschulen durch Sponsoring Einnahmen erzielen können, dazu aber Investitionen, Strategien und unternehmerisches Handeln notwendige Voraussetzungen sind.



64,99 €

60,74 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783824406784

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8244-0678-4

Verlag: Deutscher Universitätsverlag

Erscheinungstermin: 30.01.2003

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2003

Serie: Wirtschaftswissenschaften

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 351 g

Seiten: 248

Format (B x H): 148 x 210 mm

