

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
I. Einleitung	1
II. Begriffliche und sachliche Fundierung	7
1. Bildung in der volkswirtschaftlichen Betrachtung	9
2. Bildung in der Betriebswirtschaftslehre	11
3. Bildung in der Pädagogik	39
4. Bildungsmarketing	41
III. Informationsanalyse des Bildungsmarktes	47
1. Marketingforschung	49
2. Methoden der Marketingforschung im Bildungsbereich	59
IV. Strategisches Bildungsmarketing	89
1. Ziele im Bildungsmarketing	93
2. Strategieplanung im Bildungsbereich	108
V. Operatives Bildungsmarketing	187
1. Geschäftstypen im Weiterbildungsmarkt	190
2. Bildungsmarketing als Leistungsgeschäft	195
3. Bildungsmarketing als Customizing	258
4. Bildungsmarketing als Systemgeschäft	272
5. Bildungsmarketing als Zulieferergeschäft	285
6. Zusammenfassung des geschäftstypenspezifischen Marketing	293
VI. Implementierung des Bildungsmarketing	295
1. Marketingorganisation	297
2. Barrieren bei der Implementierung des Bildungsmarketing	305
VII. Literaturverzeichnis	317