

## Hausaufgabe II

wie im Kurs besprochen, findet die nächste Sitzung als virtuelle Sitzung statt. Bitte informieren Sie sich anhand der Studie zur wirtschaftlichen Bedeutung der deutschen Bildungsexporte über den Status Quo und die Perspektiven. Sie sollten anschließend (mindestens) folgende Fragen beantworten können:

1. Welche Unschärfen erschweren die Dokumentation deutscher Bildungsexporte und wie wurden diese in der vorliegenden Studie berücksichtigt?
2. Welches sind die wichtigsten Bildungsexport-"Artikel"? Und um welche Größenordnungen (in Euro) handelt es sich jeweils?
3. Was kann/sollte getan werden, um die deutschen Chancen auf dem internationalen Bildungsmarkt zu stärken?

Bitte suchen Sie außerdem (mindestens) eine Besprechung/Kurzfassung dieser Studie.

Wie ebenfalls im Kurs angekündigt, können Sie wählen, ob Sie zu diesem Thema oder zu einem späteren Zeitpunkt Ihre zweite Hausaufgabe anfertigen. Sollten Sie sich für dieses Thema entscheiden, so wäre zusätzlich zu einer schriftlichen Fassung der Beantwortung der oben genannten Fragen folgender Auftrag zu bearbeiten:

Porträtieren Sie eine deutsche Bildungseinrichtung, die erfolgreich Bildungsexport betreibt. Gehen Sie dabei auch auf wirtschaftliche Eckdaten (soweit ermittelbar) und auf zukünftige Perspektiven ein.

1. Suchen Sie 1 - 2 Beispiele für Bildungswerbung.
2. Beschreiben Sie die Werbebotschaft in eigenen Worten.
3. Für welche Zielgruppe ist diese Werbung vermutlich konzipiert? Bitte begründen Sie ihre Vermutung eingehend.

**Abgabe:** 16. Nov 2010, 12:00 über die E-Learning-Plattform ILIAS  
(<http://ilias.uni-duesseldorf.de/ilias>)

**Prof. Dr. Heiner Barz**  
**Wintersemester 2010/11**  
**Hauptkurs „Bildungsmarketing“**  
**Themenmodul: Individuum und Gesellschaft**  
**Mittwoch 11 – 13 Uhr, Geb. 23.03.01 Raum 41**

**Sprechstunde: Mittwoch 16-18 Uhr**  
**Geb. 23.03.01 Raum 90**