
 TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU	Prozessbeschreibungen Teil Dienstleistungsprozesse
Prozessname Marketing	Dokumentennummer: PB 1-4 4 1 19-01-2009

Prozessbeschreibung Marketing

Prozessname	Marketing
Prozessverantwortung	Leiter/in des Referates Marketing unter Verantwortung des Rektors
Prozesszuordnung	Dienstleistungsprozesse
Schnittstellen zu	<ul style="list-style-type: none"> - Führungsprozesse - Kernbereich Forschung - Kernbereich Studium und Lehre - Forschungsbegleitende Dienstleistungen - Studien- und lehrbegleitende Dienstleistungen
Prozessziel	Sicherung der Verwirklichung der kurz-, mittel- und langfristigen Universitätsziele (Befriedigung der Anforderungen der Studieninteressierten/Studierenden/AbsolventInnen/Beschäftigten/ Forschungspartner/Staat)
Beschreibung des Prozesses	<p>Es erfolgt die Koordination der hochschulweiten Marketingaktivitäten in den Kernbereichen Forschung sowie Studium und Lehre sowie eine Rückkopplung zu forschungs- sowie studien- und lehrbegleitenden Dienstleistungen mit dem Ziel, durch effektive, qualitätsgerechte und zielgruppenspezifische Maßnahmen die Universität nach außen und innen zu repräsentieren und die Umsetzung der strategischen Ziele zu unterstützen. Teilprozesse und Abläufe unterstützen die Umsetzung der „marktorientierten“ Universitätsziele.</p> <p>Akademisches Hochschulmarketing umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gewinnung und Information der Studieninteressierten • Effektive Nutzung vorhandener Ressourcen in der Lehre und Optimierung der Lehrkapazitäten durch aktive Studienberatung • Gewinnung von akademischem Nachwuchs in der Forschung
Teilprozesse	<ul style="list-style-type: none"> - Akademisches Marketing (= Rekrutierung von Studierenden und Nachwuchswissenschaftlern durch umfassendes Informationsangebot und –management, durch Präsentation auf Messen und Informationsveranstaltungen, Campusführungen etc.) - Forschungsmarketing (= Kooperationen mit der Wirtschaft,

Dateiverweis: P:\Qualitätsmanagement\QMS_TUI\Prozessbeschreibungen\Prozessbeschreibungen_aktuell\Dienstleistungsprozesse\PB_1-4 4 1 19-01-2009.doc					
Erstellt / Geprüft von Stabstelle QM	Zur Kenntnis genommen / geprüft vom Prozessverantwortlichen Rektor	Freigegeben durch QM-Beauftragten Rektorat	Version	Seite	Gültig ab:
Unterschrift	Unterschrift	Unterschrift	1.0 (19.01.2009)	Seite 1 von 2	
Datum 16.01.2009	Datum 19.01.2009	Datum			

 TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU	Prozessbeschreibungen Teil Dienstleistungsprozesse
Prozessname Marketing	Dokumentennummer: PB 1-4 4 1 19-01-2009

	Praktika, Arbeit an wiss. Themen) - ALUMNI-Marketing (=Public relations =Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/ Traditionspflege / Alumniarbeit)
Eingangsgrößen	- Studienrankingergebnisse - Forschungsrankingergebnisse - Evaluationsergebnisse aus <ul style="list-style-type: none"> • Führungsprozessen • Kernbereich Forschung • Kernbereich Studium und Lehre • Dienstleistungsprozessen
Interne Kenngrößen	- Bekanntheitsgrad der Universität/Image - Studieninteressierte - Studienanfängerzahlen - Prozentualer Anteil der Studienanfänger aus den neuen und alten Bundesländern - Forschungsinteressierte und Forschungs Kooperationen durch Messebeteiligung - Identifikation der Studierenden und Beschäftigten mit der TU-Ilmenau
Ablauf der Bestimmung interner Kenngrößen	
Ausgangsgrößen	- Ergebnisse der studien- und lehrbezogenen Bedarfsanalyse - Ergebnisse der forschungsbezogenen Bedarfsanalyse
Steuerungsmaßnahmen (-ablauf)	Umsetzung der notwendigen Marketingaktivitäten

Dateiverweis: P:\Qualitätsmanagement\QMS_TUI\Prozessbeschreibungen\Prozessbeschreibungen_aktuell\Dienstleistungsprozesse\PB_1-4 4 1 19-01-2009.doc					
Erstellt / Geprüft von Stabstelle QM	Zur Kenntnis genommen / geprüft vom Prozessverantwortlichen Rektor	Freigegeben durch QM-Beauftragten Rektorat	Version	Seite	Gültig ab:
Unterschrift	Unterschrift	Unterschrift	1.0 (19.01.2009)	Seite 2 von 2	
Datum 16.01.2009	Datum 19.01.2009	Datum			