

Internationalisierung: Strategieoptionen

Prof. Dr. Frank Ziegele
Berlin, 23.09.2015

Hinter „Internationalisierung“ kann sich sehr viel Unterschiedliches verstecken

Marketing für internationale Zielgruppen

Internationales Alumni-Netzwerk

Lehrveranstaltungen in Kooperation mit ausländischem Partner

Betreiber Studierender

Internationalität fördernde Ausschreibungs- und Berufungspraxis

Mobilität Studierende

Internationalität in Leitbild

Internationale Summer Schools

Optionen zu Studienangeboten/Institutionen in anderen Sprachen

Forschungsk Kooperationen

Virtuelle Mobilität

Verpflichtungen Praktika Hochschulen aus dem Ausland

International Undergraduate

Kooperative Promotionen

Fremdsprachliche

International Office

Be

sprachliche Weiterbildungsangebote Studierende

Fremdsprachige Lehrveranstaltungen

Kurzaufenthalte

Fremdsprachige Informationen

Angewandte interkultureller Kompetenzen

Praktikumsvermittlung für ausländische Studierende

Stipendien für Projekte

Fremdsprachenzentrum

Evaluation der Internationalisierungsmaßnahmen

Partnerschaften für ausländische Studierende

Mobilität

Internationale Curricula

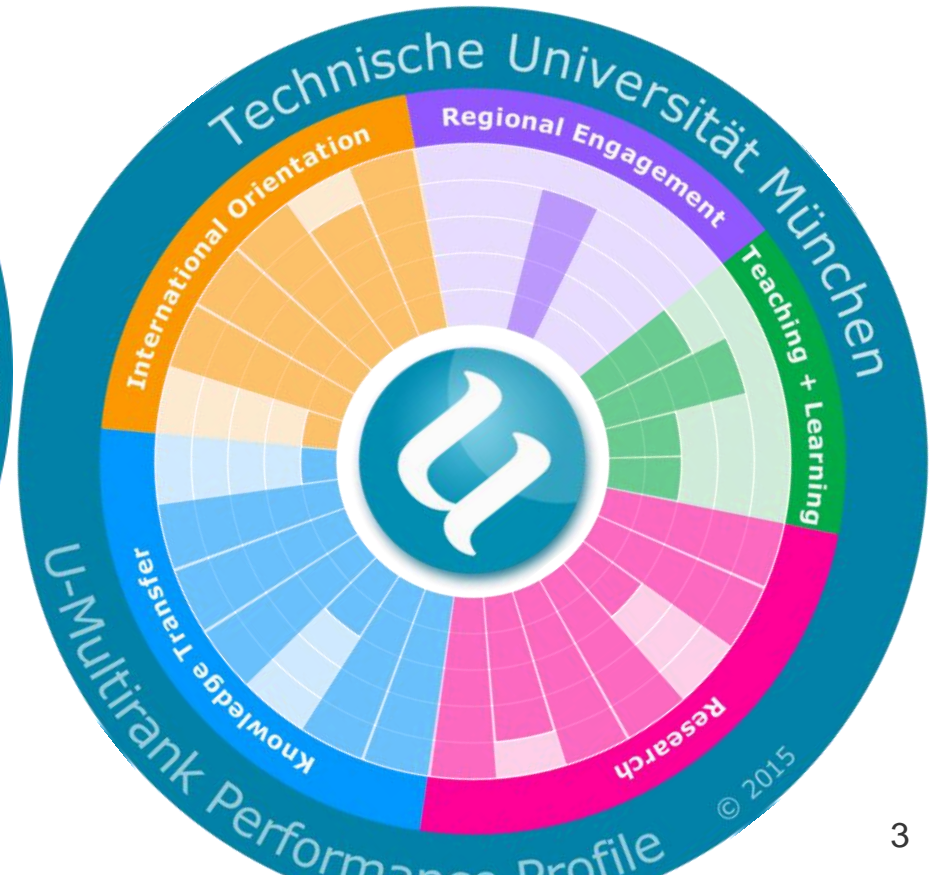
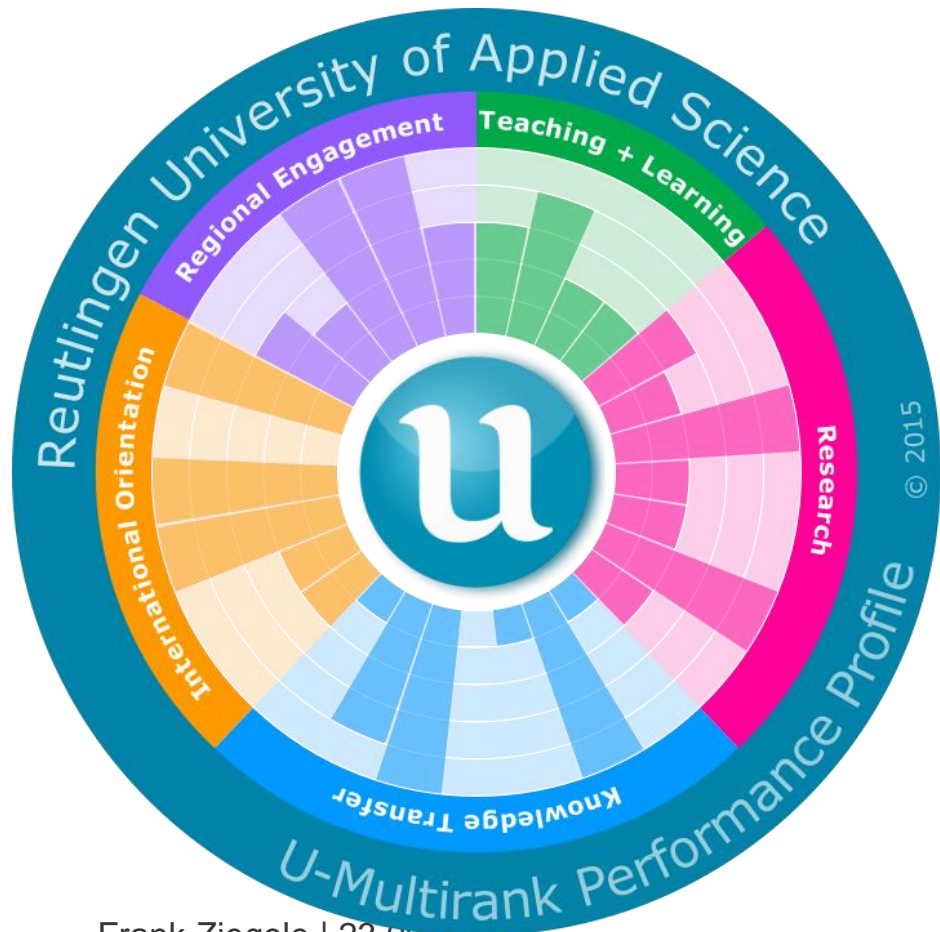
Anerkennungspraxis

Engagement in Partnerschaften

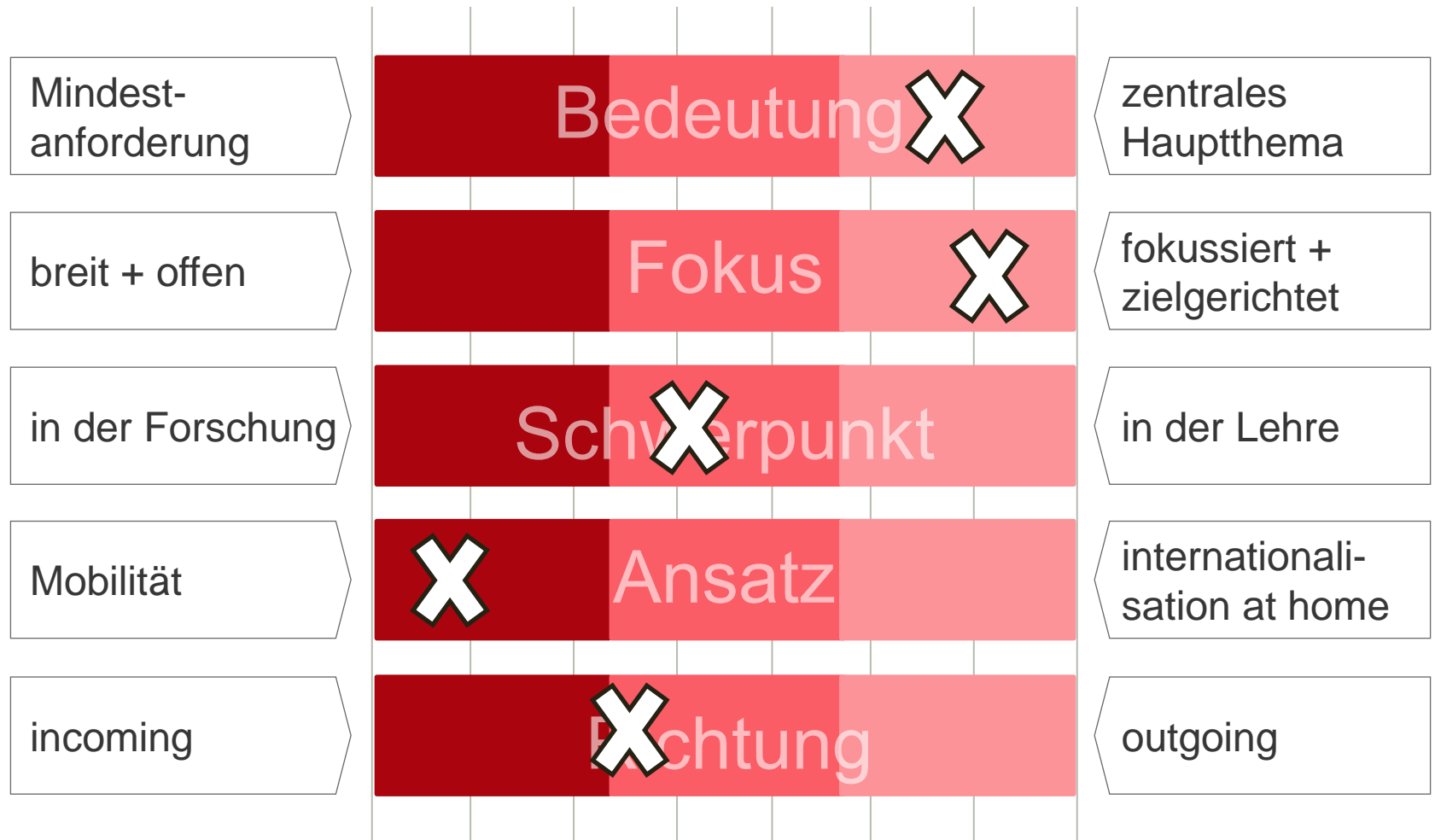
Die Strategie muss mit dem individuellen Profil der Hochschule abgestimmt sein

Internationalisierung ist im Kontext der anderen Leistungsdimensionen zu sehen und ist Teil eines Profils

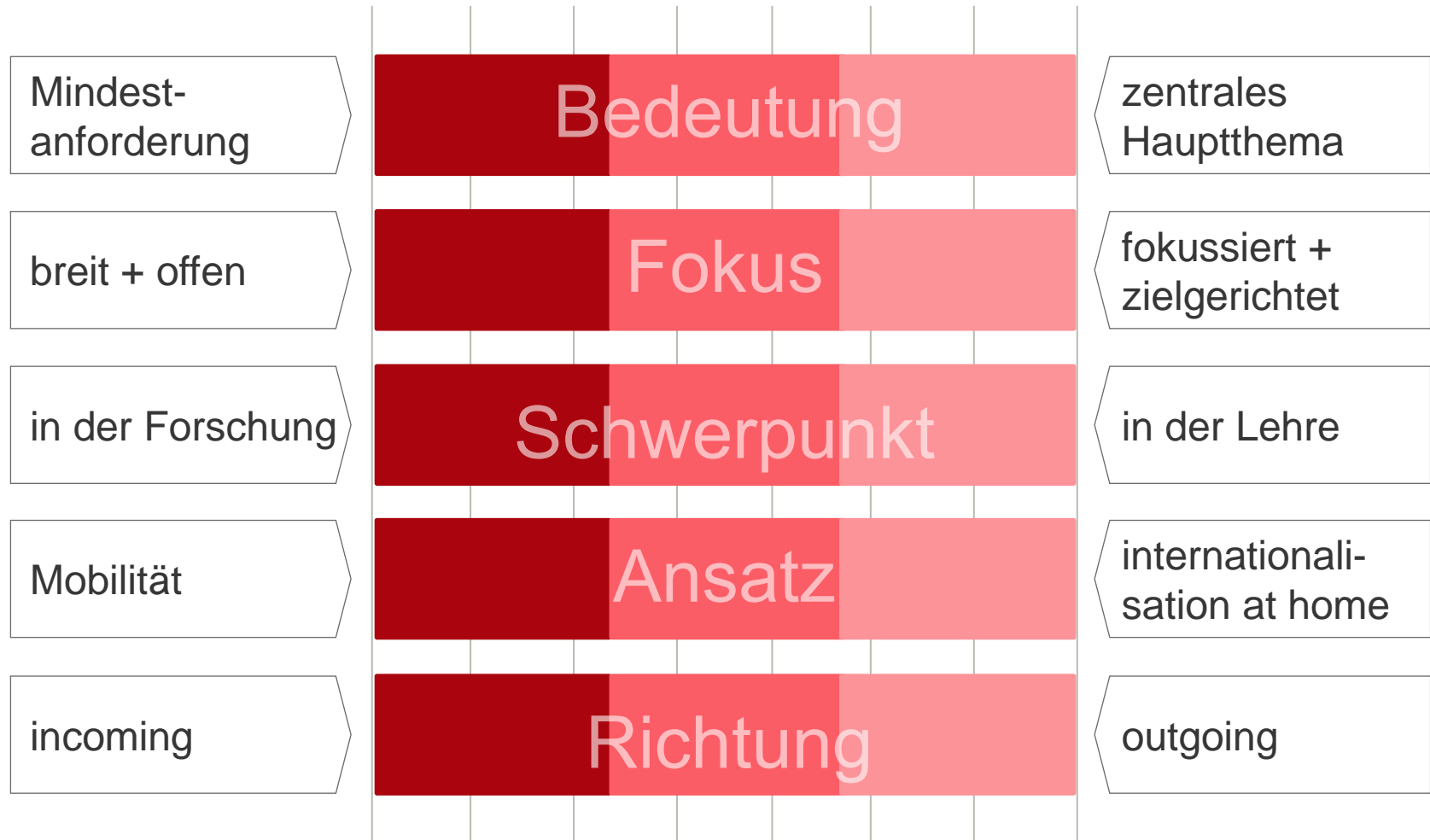
(www.umultirank.org)



Mögliche Positionierungen einer Internationalisierungsstrategie



Mögliche Positionierungen einer Internationalisierungsstrategie



Internationalisierung: Strategieoptionen

Prof. Dr. Frank Ziegele
Berlin, 23.09.2015