

MARKETING
GRUNDLAGENFORSCHUNG
GEISTIGES EIGENTUM
REPUTATION
PUBLIKATIONSSTRATEGIEN
ANGEWANDTE FORSCHUNG
MOTIVE VON AUTOREN
BERUFLICHE ENTWICKLUNG
VERTRAULICHES WISSEN
STEIGENDE PUBLIKATIONSINTENSITÄT
PUBLIKATIONSRÜCKGANG
WISSENSCHAFTLICHER FORTSCHRITT
SIGNAL AN WETTBEWERBER
WISSENSCHAFTLICHE GEMEINSCHAFT

SAVE THE DATE

Wissenschaftliches Publizieren in Unternehmen: Entwicklungen, Motivationen und Herausforderungen

Online-Workshop – 24. November 2020