

Schriftenverzeichnis und Vorträge

Prof. Dr. Julia Hilgers-Sekowsky

1. Herausgeberschaft:

Ermel, N., Hilgers-Sekowsky, J. & Richter, N. (Hrsg.). Perspektiven der Nachhaltigkeit im Non-Profit-Sektor. Konzepte – Umsetzung – Dialog. Springer Gabler Verlag. (Drucklegung vorauss. Jan. 2023)

Hattula, C., Hilgers-Sekowsky, J. & Schuster, G. (Hrsg) (2021): Praxisorientierte Hochschullehre. Insights in innovative sowie digitale Lehrkonzepte und Kooperationen mit der Wirtschaft. Springer Gabler Verlag. ISBN: 978-3-658-32392-9

2. Monographie:

Hilgers-Sekowsky, J. (2015). Kooperationen zwischen Museen. Hemmnisse in der Zusammenarbeit und ihre Überwindung. [Dissertation, Heinrich-Heine-Universität] Transcript Verlag. ISBN: 978-3-8376-3073-2

3. Aufsätze:

Hilgers-Sekowsky, J. & Huxold, S. (2021). Kompetenzorientierte Lehre am Beispiel eines „Real-Life-Business-Case“. In C. Hattula, J. Hilgers-Sekowsky, Julia & G. Schuster (Hrsg.) *Praxisorientierte Hochschullehre. Insight in innovative sowie digitale Lehrkonzepte und Kooperationen mit der Wirtschaft* (S. 15-25). Springer Gabler Verlag. ISBN: 978-3-658-32392-9

Hattula, C., Hilgers-Sekowsky, J., Kalteis, M., Kolibrius, M., Schuster, G. & Wießner, S. (2019). Campusübergreifende Lehrforschung in verschiedenen Modulen im Studiengang Marketing-Management zum Thema Nachhaltigkeit. IUBH Discussion Papers, Issue 1/19. Reihe: Marketing & Kommunikation. ISSN: 2512-2401

Hilgers-Sekowsky, J., Oral, C. & Schuster, G. (2018). Trendstudie 2018. Lese- und Schreibverhalten der Generationen X, Y und Z. IUBH Discussion Papers, Issue 1/18. Reihe Marketing & Kommunikation. ISSN: 2512-2401

Hilgers-Sekowsky, J. (2016). Kooperationen zwischen Museen, Rheininform. Issue 2/16, S. 7-12. https://niederrhein-museen.de/wp-content/uploads/sites/2/2020/05/rheininform_magazin_v02_16_5.pdf

Hilgers-Sekowsky, J. (2006). Besucherorientierung durch Marketing-Kooperationen von Museen. In A. Hausmann & S. Helm (Hrsg.), Kundenorientierung im Kulturbetrieb. Grundlagen, Innovative Konzepte, Praktische Umsetzung (S. 185-201). Springer VS Verlag. ISBN: 978-3-531-90108-4.

ARTAMIS (2001). Eintritt frei in Museen? Chancen Risiken und Alternativen aus der Sicht des Museums-Marketing. *Museumskunde*, 69(1), 123-127.

4. Vorträge und Podiumsdiskussionen

Ermel, N. & Hilgers-Sekowsky, J. (2021). Wir sind hier! Ein Talk zu Social-Marketing für die Kinder- und Jugendarbeit. 3. Bundeskongress der Kinder- und Jugendarbeit veranstaltet vom Forschungsverbund DJI/TU Dortmund und dem Bayrischen Jugenddring in Kooperation mit der Stadt Nürnberg. Podiumsdiskussion zusammen mit Prof. Dr. Stefan Borrmann, Johst Klems, Beate Schneiderwind & Michael Scholz. (online, 22.09.2021)