

Adresatami książki są pracownicy polskich uczelni zajmujący się marketingiem międzynarodowym oraz rekrutacją i opieką nad studentami obcokrajowcami. Odbiorcami książki powinni być także dydaktycy, w tym zwłaszcza ci, którzy prowadzą specjalności związane z umiędzynarodowieniem wiedzy, nauką języka polskiego jako obcego, czy też socjologicznymi aspektami pobytu obcokrajowców w naszym kraju. I wreszcie, powinni po nią sięgnąć urzędnicy różnych szczebli administracji rządowej i samorządowej, którzy coraz częściej stają w obliczu praktycznych problemów wynikających z coraz większej obecności zagranicznych studentów na polskich uczelniach.

Potrzebę przygotowania i wydania tej publikacji najlepiej uzasadnia opinia, że w Polsce w zakresie internacjonalizacji szkolnictwa wyższego zrobiono już dużo. Ale równie prawdziwe jest stwierdzenie, że w tym zakresie do zrobienia jest jeszcze wszystko.

Teksty zgrupowane są w sześciu rozdziałach, których tytuły charakteryzują zakres merytoryczny książki, między innymi: *Zarządzanie uczelnią międzynarodową*, *Rynki i modele umiędzynarodowienia*

,
Promocja i marketing zagraniczny

,
Rekrutacja międzynarodowa

,
Języki i adaptacja kulturowa

.

Książkę można nabyć w czołowych księgarniach naukowych w Polsce oraz w wydawnictwie Elipsa - www.elipsa.pl

W załączeniu: [Spis treści](#)