

## **Larry D. Lauer**

Larry D. Lauer es reconocido profesor de Comunicación Estratégica de la Texas Christian University y colega adjunto del Centro para Estudios Estratégicos e Internacionales en Washington, DC.

Ha tenido una extensa y activa participación en CASE: fue presidente fundador del *CASE Summit for Advancement Leaders*, así como del Seminario en Mercadotecnia integrada para Educación Superior y el Instituto de Verano de CASE en Comunicación y Mercadotecnia.

Ha participado en múltiples conferencias y consultorías a nivel internacional, y ha trabajado con más de 40 campus universitarios en iniciativas de mercadotecnia y comunicación estratégica integral, en diferentes países.

Es autor de tres libros Best Sellers: *Communication Power* (Jones & Bartlett, 1997), *Competing for Students, Money and Reputation: Marketing the Academy in the 21st Century* (CASE Books, 2002), y *Advancing Higher Education in Uncertain Times* (CASE Books, 2006), y ha escrito más de 30 artículos periodísticos y capítulos de libros acerca de mercadotecnia y comunicación institucional para *Nonprofit World*, *CASE Currents*, *Trusteeship*, *Public Purpose*, *Journal of Marketing for Higher Education* y en el *International Journal of Advancement*.

En 2003, recibió el *ICUT President's Award* por parte de la Asociación de Universidades Independientes de Texas, por su servicio y desempeño, así como el premio CASE *Alice L. Beeman a la Investigación en Comunicación* en 2003 y 2007, en reconocimiento a sus libros.