

Joachim Hasebrook

Mathias Otte

E-Learning im Zeitalter des E-Commerce

Die dritte Welle

Verlag Hans Huber

Bern • Göttingen • Toronto • Seattle

Inhalt

Vorwort	9
1. Märkte und Trends.	11
1.1 Bildungsausgaben	13
1.2 Bildungstrends	14
1.3 Bildungsmarkt	18
1.4 Electronic Learning (eLearning).	21
1.5 Lernen in der «New Economy».	25
1.6 Lernende Organisationen.	27
2. Methoden und Theorien.	33
2.1 Medienwirkungen	33
2.2 Virtuelle Realität	43
2.3 Medienkompetenz	46
2.4 Online Foren und Diskussionen.	48
2.5 Audiovisuelle Medien	54
2.6 Individuelle Lerneranpassung	60
3. Neue Technologien und Anwendungen.	67
3.1 Standardisierung des Wissens	70
3.1.1 Kompetenzmanagement	72
3.2 Digitaler Geist	74
3.2.1 Wissensroboter.	76

3.3 Mediennutzung	78
3.3.1 Mobile Medien	80
3.4 Medienmärkte	81
4. Beispiele betrieblicher Bildung.	85
4.1 Leitfragen	85
4.2 Erfahrungen deutscher Unternehmen	88
4.2.1 AKAD Hochschulen für Berufstätige	88
4.2.2 Deutsche Bank AG.	89
4.2.3 Dresdner Bank AG.	91
4.2A SEB (Skandinaviska Enskilda Banken).	93
4.2.5 Unilever Deutschland GmbH.	95
4.3 Resume.	97
5. Einführung von eLearning.	101
5.1 Misserfolgskfaktoren	102
5.2 Erfolgsfaktoren.	104
5.3 Lernkultur.	109
6. eLearning Konzepte.	115
6.1 Curriculumorientiertes Konzept	115
6.2 Selbstgesteuertes Konzept	117
6.3 Trainings-Evolution.	112
6.4 Fazit	124
7. Der erste Kurs.	127
7.1 Vorbereitende Arbeiten.	127
7.2 Marketing.	128
7.3 Kursstart.	129
7.4 Kursregeln.	130
7.5 Die Rolle des Tutors.	131

8. Wirtschaftliche Aspekte135
8.1 Bildungscontrolling137
8.2 Erfolgsmessung140
8.3 Berechnungsmodelle141
8.4 Bewährte Strategien144
Literatur149