

Andrea Back
Oliver Bendel
Daniel Stoller-Schai

E-Learning im Unternehmen

Grundlagen – Strategien – Methoden – Technologien

orell füssli Verlag AG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
---------------	---

1. Teil Grundlagen

1.1	Integriertes E-Learning-Referenzmodell	16
1.1.1	Umfassendes E-Learning-Begriffsverständnis	16
1.1.2	Das St. Galler Dreiebenenmodell des Business Engineering	18
1.1.2.1	Die Business-Engineering-Landkarte	18
1.1.2.2	Die Ebenen und Dimensionen des Business Engineering	20
1.1.3	Das E-Learning-Modell im Überblick und Aufbau des Buchs	23
1.2	Annäherung an den Begriff «E-Learning»	28
1.2.1	Begrifflicher Hintergrund	28
1.2.2	Der Begriff «E-Learning»	31
1.2.3	Definition des Begriffs «E-Learning»	33
1.2.4	Polarisierungen	36
1.3	Strukturen und Entwicklungen im E-Learning-Markt	38
1.3.1	Marktentwicklung	38
1.3.2	Marktstrukturierungen	43
1.3.2.1	Gesamtübersicht	43
1.3.2.2	Marktsegmentierung nach Kundensicht	44
1.3.2.3	Marktsegmentierung nach Produkt- bzw. Dienstleistungsarten	46
1.3.2.4	Zusammenfassung	54
1.4	E-Learning und Knowledge Management	55
1.4.1	Begriffsverständnis von Wissensmanagement	55
1.4.2	Zusammenhang von Begriffen des Wissensmanagements und Lernens	57
1.4.3	Beziehungen zwischen Wissensmanagement und E-Learning	60

2. Teil Strategien: Die strategische Vernetzung von Lernen und Arbeiten im Unternehmen

2.1	Grundlagen einer E-Learning-Strategie	74
2.1.1	Die Charakteristik einer E-Learning-Strategie	74
2.1.1.1	Strategieintegration	74
2.1.1.2	Strategieentwicklung	78
2.1.1.3	Eigenschaften einer E-Learning-Strategie	80
2.1.1.4	Aufgaben einer E-Learning-Strategie	81
2.1.2	Das Umfeld einer E-Learning-Strategie	85
2.1.2.1	Treiber der wirtschaftlichen Transformation	86
2.1.2.2	Die Auswirkungen auf ein Unternehmen	89
2.1.2.3	Der Lern- und Kompetenzenbedarf	91
2.1.2.4	Die Anforderungen an eine E-Learning-Strategie	93
2.2	E-Learning-Strategie als Change-Prozess	100
2.2.1	Transformation von Selbstverständnissen	101
2.2.1.1	Lernverständnis	101
2.2.1.2	Lernkultur	103
2.2.1.3	Kursverständnis	104
2.2.1.4	Verhältnis zwischen Trainer und Lernenden	105
2.2.1.5	Lern- und Arbeitsformen	105
2.2.1.6	Verteil- und Zugangsformen	106
2.2.1.7	Effizienz- und Effektivitätskriterien	106
2.2.2	Gestaltung des Change-Prozesses	107
2.3	E-Learning-Strategieprozess	112
2.3.1	Ausgangslage	113
2.3.1.1	Ausgangslage innerhalb eines Unternehmens: Standortbestimmung	114
2.3.1.2	Ausgangslage außerhalb eines Unternehmens: Umfeldanalyse	118
2.3.2	Vision	120
2.3.3	Strategieplan	124
2.3.4	Umsetzungsplan	138
2.3.5	Kommunikationsprozess	140
2.3.6	Audits, Controlling und Evaluation	142
2.4	Ausblick	149

3. Teil Methoden

3.1	Begriffe und Grundlagen	156
3.1.1	Einführung der drei methodischen Gestaltungsebenen	156
3.1.1.1	Vorbemerkungen	156
3.1.1.2	Der Gestaltungsansatz	157
3.1.2	Die Ebene der Lernarchitektur	159
3.1.3	Die Ebene der Lernräume	162
3.1.4	Die Ebene der Lernprozesse	166
3.2	Gestaltungsgrundsätze	169
3.2.1	Kompetenzenorientiertes Lernen	170
3.2.2	Anwendungs- und arbeitsplatzorientiertes Lernen	170
3.2.3	Supportorientiertes Lernen	171
3.2.4	Mitgestaltungsorientiertes Lernen	172
3.3	Gestaltungsmöglichkeiten	173
3.3.1	Gestaltungsmöglichkeiten für Lernräume	173
3.3.2	Gestaltungsmöglichkeiten für Lernprozesse	178
3.3.2.1	E-Training – instruktionsorientiert	178
3.3.2.2	E-Collaboration – kommunikationsorientiert	186
3.3.2.3	Just-in-time-E-Learning – unterstützungsorientiert	193
3.4	Ausblick	201

4. Teil Technologien und Systeme

4.1	Die Technologie- und Systemebene des E-Learning-Modells	208
4.2	Umsetzung von Lernräumen: Blended-Learning-Modell	217
4.2.1	Blended-Learning-Modell	217
4.2.2	Polarisierungen	220
4.2.2.1	Virtuelles und nichtvirtuelles Lernen	220
4.2.2.2	Stationäre und mobile Technologien und Systeme	221
4.2.2.3	Lokale und verteilte Technologien und Systeme	223
4.2.2.4	Statische und dynamische Technologien und Systeme	224
4.2.2.5	Synchrone und asynchrone Technologien und Systeme	225
4.2.2.6	Individuelle und kollaborative Technologien und Systeme	227
4.2.3	Das Blended-Learning-Modell als Grundlage für konkrete Architekturen	229

4.3	Lern- und Wissensportale	.230
4.3.1	Der Begriff «Portal»	.230
4.3.2	Klassifikationen	.232
4.3.3	Funktionale Ebenen	.236
4.3.4	Angebote des Portals	.237
4.3.5	Individualisierung und Personalisierung	.238
4.3.6	Lernportale	.239
4.3.7	Lern- und Wissensportale	.248
4.3.8	Lernportale als integrative Systeme	.249
4.4	Trends	.255
4.4.1	Standardisierung und Learning Objects	.255
4.4.1.1	Standardisierung	.255
4.4.1.2	Einflussfaktoren und Anforderungen	.255
4.4.1.3	Standardisierungsinitiativen	.258
4.4.1.4	Quasi-industrieller Umgang mit Content	.259
4.4.2	Mobile Learning (M-Learning)	.260
4.4.2.1	Begriff	.260
4.4.2.2	Einsatzgebiete	.265
4.4.2.3	M-Learning und Kommunikation	.266
4.4.2.4	M-Learning im Einsatz	.267
4.4.2.5	M-Learning und Portale	.269
4.4.3	Pädagogische Agenten	.270
4.4.3.1	Begriff	.270
4.4.3.2	Merkmale von Agenten	.270
4.4.3.3	Avatare	.271
4.4.3.4	Anthropomorphisierung	.272
4.4.3.5	Pädagogische Agenten	.274
4.4.3.6	Funktionen von pädagogischen Agenten	.275
4.4.3.7	Motivation durch Agenten	.280
4.4.3.8	Grenzen des Agenten	.282
4.4.3.9	Agenten und Lern- und Wissensportale	.283
	Glossar	.285
	Literaturverzeichnis	.304