

Reihe: E-Learning

Band 4

Herausgegeben von Prof. Dr. Dietrich Seibt, Köln, Prof. Dr. Freimut Bodendorf, Nürnberg, Prof. Dr. Dieter Euler, St. Gallen, und Prof. Dr. Udo Winand, Kassel

Dr. André Bolz

Multimedia-Fallstudien in der betriebswirtschaftlichen Aus- und Weiterbildung

Konzeption und empirische Untersuchung

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Dietrich Seibt,
Universität zu Köln

A 234554



JOSEF EUL VERLAG
Lohmar • Köln

Gliederung

1	EINFÜHRUNG	1
1.1	PROBLEMSTELLUNG.....	1
1.2	ZIELSETZUNG DER ARBEIT	4
1.3	AUFBAU DER ARBEIT.....	6
2	THEORETISCHE GRUNDLAGEN.....	8
2.1	FALLSTUDIEN UND DIE FALLSTUDIENMETHODE.....	8
2.1.1	Fallstudien und die Fallstudienmethode in der betriebswirtschaftlichen Aus- und Weiterbildung von Managern	8
2.1.2	Stärken und Schwächen der Fallstudienmethode	18
2.1.3	Lerntheoretische Einordnung und Abgrenzung der Fallstudienmethode ...	20
2.1.3.1	Die Fallstudienmethode als handlungsorientierte Lernmethode.....	22
2.1.3.2	Die Fallstudienmethode und konstruktivistische Instruktionsansätze zur Gestaltung von Lernmedien	25
2.1.3.3	Einordnung der Fallstudienmethode in lernpsychologische Modelle.....	31
2.1.4	Untersuchungen zur Effektivität der Fallstudienmethode bezüglich der Erreichung von Lernzielen.....	36
2.1.4.1	„An Audit of the Case Study“ von Michael Masoner	37
2.1.4.2	“Research on the Case Method”, Elmar Stuhler	39
2.1.4.3	Erwin Grochla: „Kölner Versuch“	41
2.1.4.4	Zusammenfassung der empirischen Befunde über die Effektivität der Fallstudienmethode	42
2.2	UNTERSTÜTZUNG VON LERNPROZESSEN DURCH INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIEN	43
2.2.1	Übersicht über die verschiedenen Ebenen der Unterstützung von Lernprozessen durch Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT).....	43
2.2.2	Technische Konzepte für IKT-unterstütztes Lernen.....	45
2.2.2.1	Multimedia	45
2.2.2.2	Hypertext.....	48

2.2.3	Anwendungen für IKT-unterstütztes Lernen	51
2.2.3.1	Lernprogramme (CBT, WBT).....	51
2.2.3.2	Lernprozeßunterstützende Kommunikationsdienste	56
2.2.3.3	Lernprozeßunterstützende Planungs- und Verwaltungsdienste ..	57
2.2.4	IKT-gestützte Lernprozesse	58
2.2.5	Effektivitäts- und Effizienzüberlegungen zu IKT-gestütztem Lernen.....	60
2.2.5.1	Abgrenzung der Effektivitäts- und Effizienzbegriffe.....	60
2.2.5.2	Erwartungen und empirische Ergebnisse bezüglich der Effektivität von IKT-gestütztem Lernen	63
2.2.5.3	Erwartungen und empirische Ergebnisse bezüglich der Effizienz von IKT-gestütztem Lernen.....	70
2.3	BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE AUS- UND WEITERBILDUNG VON MANAGERN	72
2.3.1	Management und Managementfunktionen	72
2.3.2	Managementkompetenzen	75
2.3.3	Formen der betriebswirtschaftlichen Aus - und Weiterbildung von Managern	78
2.3.3.1	Managementausbildung an Hochschulen.....	78
2.3.3.2	Betriebliche Aus- und Weiterbildung von Managern	81
2.4	MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN: POTENTIALE, EMPIRISCHE BEFUNDE UND AUSGEWÄHLTE MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN.....	83
2.4.1	Potentiale von Informations- und Kommunikationstechnologien für Fallstudien und die Fallstudienmethode	83
2.4.2	Multimedia-Fallstudien: Ausgewählte Beispiele und empirische Befunde.....	86
3	ENTWICKLUNG UND ANWENDUNG VON MULTIMEDIA- FALLSTUDIEN IM PROJEKT BUSINESS-LINC.....	93
3.1	EINLEITUNG.....	93
3.2	DAS BUSINESS-LINC VORGEHENSMODELL	94
3.3	PHASE DER INHALTSERFASSUNG (COLLECT & ANALYSIS).....	95
3.4	ENTWURFSPHASE (DESIGN).....	97
3.5	PRODUKTIONSPHASE (PRODUCE).....	98
3.6	ANWENDUNG DER BUSINESS-LINC MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN.....	101

4 ERARBEITUNG EINES KONZEPTIONELLEN BEZUGSRAHMENS ZUR ENTWICKLUNG UND ANWENDUNG VON MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN	103
4.1 EINLEITUNG.....	103
4.2 DIE GESTALTUNGSBEREICHE VON MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN.....	108
4.2.1 Eingrenzung der Gestaltungsbereiche.....	108
4.2.2 Inhaltsbezogene Gestaltungsbereiche	110
4.2.2.1 Branchen- und funktionsbereichsbezogenes Themengebiet	110
4.2.2.2 Problem- und Situationskontext	111
4.2.2.3 Informationsumfang und -qualität.....	113
4.2.2.4 Dramaturgische Gestaltung	114
4.2.2.5 Realitätsnähe der Fallstudie.....	115
4.2.3 Didaktische Gestaltungsbereiche	116
4.2.3.1 Anordnung des Inhaltes.....	116
4.2.3.2 Art der Strukturierung des Inhaltes	118
4.2.3.3 Integration interaktiver Elemente	119
4.2.3.4 Integration von Navigations- und Lernhilfen.....	120
4.2.4 Technische Gestaltungsbereiche	121
4.2.4.1 Distributionsmedien und Implementierungssprache	121
4.2.4.2 Medienverwendung.....	127
4.2.4.3 Virtual Reality Technologien	130
4.2.5 Grafische Gestaltungsbereiche der Multimedia-Fallstudie.....	131
4.2.5.1 Bildschirmaufbau	131
4.2.5.2 Schriftarten und Formatierung von Texten	133
4.2.5.3 Farbgestaltung	134
4.2.6 Aufgabenbezogene Gestaltungsbereiche	135
4.2.6.1 Teaching Notes.....	135
4.2.6.2 Aufgabenstellungen.....	137
4.2.7 Praxisbezogene Reflektion der Gestaltungsbereiche mit Hilfe der Ergebnisse der Experteninterviews.....	139
4.2.7.1 Reflektion der inhaltsbezogenen Gestaltungsbereiche.....	139
4.2.7.2 Reflektion der didaktischen Gestaltungsbereiche	141
4.2.7.3 Reflektion der technischen Gestaltungsbereiche.....	143
4.2.7.4 Reflektion der grafischen Gestaltungsbereiche.....	144

4.2.7.5	Reflektion der aufgabenbezogenen Gestaltungsbereiche.....	145
4.2.7.6	Zusammenfassung und Ableitung von Fallstudientypen	145
4.3	EINFLUBFAKTOREN UND GESTALTUNGSBEREICHE BEI DER ANWENDUNG VON MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN.....	148
4.3.1	Eingrenzung der Ziele, Rahmenbedingungen und Gestaltungsbereiche ...	148
4.3.2	Rahmenbedingungen für den Einsatz von Multimedia-Fallstudien.....	151
4.3.2.1	Eigenschaften der Lernenden	151
4.3.2.2	Eigenschaften des Lehrenden.....	153
4.3.2.3	Räumliche und technische Rahmenbedingungen der Bildungsinstitution	154
4.3.2.4	Methodisch-didaktische Ausrichtung der Bildungsinstitution..	157
4.3.2.5	Finanzielle Ausstattung der Bildungsinstitution	157
4.3.3	Ziele beim Einsatz von Multimedia-Fallstudien.....	158
4.3.3.1	Effektivitätsziele beim Einsatz von Multimedia-Fallstudien in fallstudien-basierten Lernprozessen	158
4.3.3.2	Effizienzziele beim Einsatz von Multimedia-Fallstudien	164
4.3.4	Gestaltungsbereiche von Fallstudienkursen (Makroebene).....	166
4.3.4.1	Festlegung der medialen Ausrichtung des Fallstudienkurses...	166
4.3.4.2	Organisation des Ablaufes des Fallstudienkurses	167
4.3.4.3	Auswahl der Multimedia-Fallstudie.....	170
4.3.5	Gestaltung der fallstudienbasierten Lerneinheiten.....	171
4.3.5.1	Phasen der Fallstudienbearbeitung.....	171
4.3.5.2	Möglichkeiten der Gestaltung der Einzelarbeit.....	173
4.3.5.3	Möglichkeiten der Gestaltung der Gruppenarbeit.....	175
4.3.5.4	Möglichkeiten der Gestaltung der Plenumsdiskussion	179
4.3.6	Praxisbezogene Reflektion der Ziele, Rahmenbedingungen und Gestaltungsbereiche mit Hilfe der Ergebnisse der Experteninterviews....	181
4.3.6.1	Reflektion der Rahmenbedingungen des Einsatzes von Multimedia-Fallstudien	182
4.3.6.2	Reflektion der Ziele des Einsatzes von Multimedia- Fallstudien	182
4.3.6.3	Reflektion der Einsatzformen von Multimedia-Fallstudien.....	183
4.3.6.4	Zusammenfassung und Ableitung von Anwendungsszenarien. 185	
4.4	EINFLUBFAKTOREN UND GESTALTUNGSBEREICHE BEI DER ENTWICKLUNG VON MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN.....	188

4.4.1	Eingrenzung der Ziele, Rahmenbedingungen und Gestaltungsbereiche ...	188
4.4.2	Träger und Rahmenbedingungen der Entwicklung von Multimedia-Fallstudien.....	190
4.4.3	Ziele der Entwicklung von Multimedia-Fallstudien	192
4.4.4	Vorgehensmodell für die Entwicklung von Multimedia-Fallstudien	194
4.4.5	Projektmanagement.....	199
4.4.5.1	Rollen und Kompetenzen im Entwicklungsprozeß.....	200
4.4.5.2	Zeit-, Ablauf- und Kostenplanung.....	202
4.4.6	Die Phasen im Entwicklungsprozeß für Multimedia-Fallstudien	204
4.4.6.1	Vorphase: Initiierung, Herstellung des Unternehmenskontaktes und Bedarfsanalyse.....	204
4.4.6.2	Inhaltserfassung und -produktion.....	207
4.4.6.3	Entwurfsphase	208
4.4.6.4	Technische Implementierung	212
4.4.6.5	Erstellung der Teaching Notes und Freigabe der Fallstudie	214
4.4.6.6	Organisatorische Implementierung	215
4.4.6.7	Evaluation.....	217
4.4.7	Praxisbezogene Reflektion der Ziele, Rahmenbedingungen und Gestaltungsbereiche mit Hilfe der Ergebnisse der Experteninterviews.....	219
4.4.7.1	Reflektion der organisatorischen Einbettung und Rollen.....	219
4.4.7.2	Reflektion des Entwicklungsaufwandes bzw. der Verteilung des Entwicklungsaufwandes.....	221
4.4.7.3	Reflektion der genutzten Vorgehensmodelle	223
4.4.7.4	Reflektion der Besonderheiten bei der Gestaltung und im Vorgehen	223
4.4.7.5	Ableitung von Entwicklungsszenarien.....	226
5	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNGEN ZUR WIRKUNG VON GESTALTUNGS-VARIATIONEN, RAHMENBEDINGUNGEN UND ORGANISATORISCHEN GESTALTUNGSENTSCHEIDUNGEN	229
5.1	KONZEPTION DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNGEN.....	229
5.1.1	Konzeptionelle Grundlagen	229
5.1.2	Angewendete Evaluationsmethoden.....	231
5.2	RAHMENBEDINGUNGEN UND UNTERSUCHUNGSFELDER: BESCHREIBUNG DER FALLSTUDIENSEMINARE	234

5.2.1	Beschreibung des Fallstudienseminars Wintersemester 1999/2000 (FS 1999/2000).....	234
5.2.1.1	Teilnehmer und Ziele des Seminars	234
5.2.1.2	Organisation des Seminars	235
5.2.1.3	Eigenschaften der Multimedia-Fallstudien	237
5.2.1.4	Evaluation im Fallstudienseminar WS 1999/2000.....	238
5.2.2	Beschreibung des Fallstudienseminars Wintersemester 2000/2001 (FS 2000/2001).....	239
5.2.2.1	Organisation des Seminars	240
5.2.2.2	Evaluation im Fallstudienseminar 2000/2001	241
5.3	EVALUATION DER WIRKUNG VON GESTALTUNGSVARIATIONEN VON MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN.....	245
5.3.1	Konzeptionalisierung und Ablauf der Evaluation der Wirkung von Gestaltungsvariationen.....	245
5.3.2	Evaluation der Wirkung der Gestaltungsvariationen auf die Akzeptanz von Multimedia-Fallstudien.....	250
5.3.2.1	Konzeptionalisierung der Untersuchung und Ableitung von Thesen	250
5.3.2.2	Überprüfung der Thesen zur Wirkung der Gestaltungsvariationen auf die Beurteilung des Nutzens.....	256
5.3.2.3	Überprüfung der Thesen zur Wirkung der Gestaltungsvariationen auf die Beurteilung der Benutzerfreundlichkeit.....	263
5.3.3	Evaluation der Wirkung der Gestaltungsvariationen auf die Lernzielerreichung	265
5.3.3.1	Konzeptionalisierung der Untersuchung und Ableitung von Thesen	265
5.3.3.2	Überprüfung der Thesen.....	269
5.3.4	Evaluation der Wirkung der Gestaltungsvariationen auf den Bearbeitungsaufwand.....	279
5.3.4.1	Konzeptionalisierung der Untersuchung und Ableitung von Thesen	279
5.3.4.2	Überprüfung der Thesen.....	281

5.3.5	Zusammenfassende Darstellung der empirischen Ergebnisse zur Wirkung der Gestaltungsvariationen auf die Akzeptanz, Lernzielerreichung und den Bearbeitungsaufwand	283
5.4	EVALUATION DER WIRKUNGEN DER RAHMENBEDINGUNGEN AUF DIE AKZEPTANZ VON MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN.....	291
5.4.1	Konzeptionalisierung der Untersuchung und Ableitung von Thesen	291
5.4.2	Überprüfung der These zur Wirkung der Computerausstattung auf die Akzeptanz von Multimedia-Fallstudien.....	296
5.4.3	Überprüfung der These zur Wirkung der Computerkenntnisse auf die Akzeptanz von Multimedia-Fallstudien.....	299
5.4.4	Überprüfung der These zur Wirkung der Erfahrungen in der Fallstudienmethode auf die Akzeptanz von Multimedia-Fallstudien	301
5.4.5	Überprüfung der These zur Wirkung der Motivation zur Fallstudienarbeit auf die Akzeptanz von Multimedia-Fallstudien.....	304
5.4.6	Zusammenfassende Darstellung der Wirkung der Rahmenbedingungen auf die Akzeptanz von Multimedia-Fallstudien.....	306
5.5	EVALUATION DER ORGANISATION DES FALLSTUDIENSEMINARS.....	309
5.5.1	Konzeption und Aufbau der Untersuchung und Ableitung von Thesen....	309
5.5.2	Überprüfung der These zum Einsatz von Multimedia-Fallstudien.....	311
5.5.3	Überprüfung der These zur Gruppenarbeit	314
5.5.4	Überprüfung der These zur Wirkung der Organisation der Plenumsdiskussionen	315
5.5.5	Zusammenfassende Darstellung der empirischen Ergebnisse zur Organisation der Fallstudienseminare.....	317
6	SCHLUBFOLGERUNGEN FÜR DIE GESTALTUNG, ANWENDUNG UND ENTWICKLUNG VON MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN	320
6.1	SCHLUBFOLGERUNGEN ZUR WIRKUNG VON GESTALTUNGSMERKMALEN VON MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN.....	320
6.2	SCHLUBFOLGERUNGEN FÜR DIE ANWENDUNG VON MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN	323
6.3	SCHLUBFOLGERUNGEN FÜR DIE ENTWICKLUNG VON MULTIMEDIA-FALLSTUDIEN	326