

Reihe: E-Learning

Band 16

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. Kai-Uwe Götzelt

Customer Focused E-Learning

Einsatz, Gestaltung und
Anwendungssysteme



Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XI
TABELLENVERZEICHNIS	XV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	XVI
1 EINFÜHRUNG	1
1.1 Motivation und Problemstellung	1
1.2 Ziel und Aufbau der Arbeit	4
1.3 Begriffsabgrenzung	5
1.3.1 Customer Focused E-Learning	5
1.3.2 Informelles Lernen	6
1.3.3 Informations- und Wissensbedürfnisse	6
2 EINSATZ DES CUSTOMER FOCUSED E-LEARNING	8
2.1 Theoretische und empirische Studie	8
2.1.1 Betrachtungsebenen	8
2.1.2 Design	10
2.2 Einflussfaktoren	11
2.2.1 Anbieterbezogene Faktoren	11
2.2.1.1 Ziele, und Strategien	11
2.2.1.2 Kompetenzen	13
2.2.2 Nachfragerbezogene Faktoren	16
2.2.2.1 Bedürfnisse	16
2.2.2.2 Fähigkeiten	19
2.2.3 Produktbezogene Faktoren	21
2.2.3.1 Komplexität	21
2.2.3.2 Involvement	25
2.3 Geschäftsmodelle	26
2.3.1 Strategische Optionen	26
2.3.2 Customer Focused E-Learning als Value Added Service	29

2.3.3	Customer Focused E-Learning als eigenständige Marktleistung	34
3	GESTALTUNG DES CUSTOMER FOCUSED E-LEARNING.....	38
3.1	Theoretische und empirische Studie	38
3.1.1	Betrachtungsebenen	38
3.1.2	Design	41
3.2	Rahmenbedingungen	42
3.2.1	Institutionelle Rahmenbedingungen	42
3.2.1.1	Darbietungsumfeld	42
3.2.1.2	Anwendungsumfeld	44
3.2.2	Individuelle Rahmenbedingungen	46
3.3	Lernsituationen	50
3.4	Lerninhalte und Lernziele.....	53
3.4.1	Relevante Lerninhalte.....	53
3.4.1.1	Bestimmung.....	53
3.4.1.2	Sachanalyse	54
3.4.1.3	Tätigkeitsanalyse	57
3.4.2	Lernziele	60
3.4.2.1	Komponenten	60
3.4.2.2	Wissensklassifikation.....	60
3.4.2.3	Lernzielpotenziale.....	63
3.5	Struktur	66
3.5.1	Lehr-Lernprozess	66
3.5.1.1	Steuerung	66
3.5.1.2	Methoden.....	70
3.5.2	Anpassung des Lernangebots	73
3.5.2.1	Adaptive Lernumgebungen	73
3.5.2.2	Individualisierung des Lernangebots	75
3.5.2.3	Situierung des Lernangebots.....	77
3.5.2.4	Kontextbasiertes Customizing	80
3.6	Organisation und Bereitstellung	86
3.6.1	Lerndauer	86
3.6.2	Medienzugang und -systeme	88
3.7	Charakterisierungsschema	90
4	ONLINE-ANWENDUNGSSYSTEM	93
4.1	Charakterisierung	93

4.2 Konzept	95
4.2.1 Integration von CFEL in Webshop-Umgebungen.....	95
4.2.2 Einbindung des Lernangebots in die Kundenschnittstelle	96
4.2.3 Präsentations- und Interaktionsräume.....	97
4.3 Systemarchitektur	99
4.3.1 Überblick.....	99
4.3.2 Service Client	99
4.3.3 Web Service	101
4.3.4 Kommunikation.....	102
4.3.5 Datenbasis des Web Service	103
4.4 Kontextbasiertes Customizing	104
4.4.1 Methoden des Web Service	104
4.4.2 Erfassung und Speicherung von Kontextinformationen	105
4.4.3 Bestimmung geeigneter Lernobjekte	107
4.4.3.1 Ablauf	107
4.4.3.2 Ermittlung des Schwierigkeitsgrads.....	109
4.4.3.3 Ermittlung des Medientyps	111
4.4.4 Distribution und Präsentation der Lerninhalte	112
4.5 Kundenschnittstelle	115
4.5.1 Lernen in der Phase „Problemerkentnis“	115
4.5.2 Lernen in der Phase „Informationssuche“	116
4.5.3 Lernen in der Phase „Evaluation“	120
4.5.4 Organisation des Lernens	122
5 ONSITE-ANWENDUNGSSYSTEM	125
5.1 Charakterisierung	125
5.2 Konzept	127
5.2.1 Ortsbezogenheit der Informations- und Wissensbedürfnisse.....	127
5.2.2 Spezifikation und Erkennung von lernrelevanten Situationen	128
5.2.3 Technologien zur Kontexterfassung, Interaktion und Präsentation	132
5.2.3.1 Integration von Technologien in die Verkaufsumgebung	132
5.2.3.2 Bluetooth	134
5.2.3.3 RFID	135
5.2.3.4 FlashLite	137
5.3 Systemarchitektur	137
5.3.1 Überblick.....	137

5.3.2 Clients.....	139
5.3.2.1 Stationäre Clients	139
5.3.2.2 Mobile Clients	140
5.3.3 Server	142
5.3.3.1 Erfassungs- und Präsentationssystem	142
5.3.3.2 Interpretations- und Auswahlssystem	143
5.3.4 Kommunikation.....	145
5.3.5 Datenbasis.....	146
5.4 Kontextbasiertes Customizing	147
5.4.1 Erfassung von Kontextinformationen.....	147
5.4.1.1 Kundenidentifikation und -positionsbestimmung mit Bluetooth	147
5.4.1.2 Produktidentifikation und -verfolgung mit RFID	151
5.4.2 Bestimmung geeigneter Lernobjekte	153
5.4.2.1 Interpretation und Anreicherung kundenbezogener Kontextinformationen	153
5.4.2.2 <i>Interpretation und Anreicherung produktbezogener Kontextinformationen</i>	158
5.4.2.3 Situationserkennung und Auswahl von Lernobjekten.....	161
5.4.3 Distribution und Präsentation der Lerninhalte	165
5.5 Kundenschnittstelle.....	168
5.5.1 Aufbau der Benutzeroberfläche.....	168
5.5.2 Lernen in der Phase „Problemerkentnis“	169
5.5.3 Lernen in der Phase „Informationssuche“	171
5.5.4 Lernen in der Phase „Evaluation“	175
5.5.5 Lernen in der Nachkaufphase	179
6 SCHLUSSBEMERKUNGEN.....	182
LITERATURVERZEICHNIS	185
ANHANG.....	200