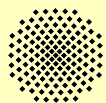


**E-Learning Open Space  
Baden-Württemberg**

# **Organisationsentwicklung E-Learning**

Sprecher: Burr



**Universität Stuttgart**

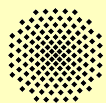


**Baden-Württemberg**

**Virtuelle  
Hochschule**  
Baden-Württemberg

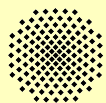
# Themen

- " Probleme
- " Organisationsformen (Ist-Zustand)
- " Warum E-Learning?
- " Internes Marketing
- " Externes Marketing



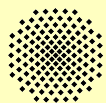
# Probleme im E-Learning

- " Motivation von Lehrenden
- " Versteckter Bedarf -> mangelnde Transparenz
- " Heterogene Medienkompetenz
- " Fehlende Verankerung in der Organisation (personengetrieben nicht organisationsgetrieben)
- " Fehlende Zielvorgaben
- " Fehlendes Personal, Mehrarbeit für RZ
- " Mehraufwand für Lehrende
- " Fehlende Randbedingungen (Deputat)
- " Innere Emigration von Akteuren



# Organisationsformen: Ist-Zustand

- " Medien-/E-Learning-Zentren
- " Gremien (Vertreter aus Rektorat und Fakultäten)
- " Rechenzentrum oder andere Institution als Organisator
- " Zusammenschluss UB, RZ & Learning-Services zu Medienzentren, Medienentwicklungsplan (Landeshochschulgesetz §28)
- " Fakultät als Organisator
- " Stabstelle E-Learning, Outsourcing von Lernplattform
- " Kooperationen zwischen Hochschulen (z.B. bei Lernplattform, VIP)
- " CIO
- " AG (RZ, UB und Interessierte)



# Warum E-Learning?

- " Transparenz schaffen in Lehre & Organisation -> Qualitätssicherung
- " Bedeutung von Medienkompetenz für Studierende, Basisqualifikation

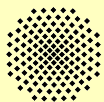
Für Studierende

Kulturtechnik

Für Lehrende

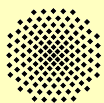
- " Druck von Studierenden auf Grund von Studiengebühren
- " Mehrwert für die Lehrenden: Wiederholung, Einbindung von int. Studierenden, Vertiefung, Kommunikation zwischen Lehrenden (z.B. Studi-Studi)
- " Andere Lehr-Lernmethoden (z.B. fallbasiert, Durchdringungsgrad durch Verschriftlichung, & )
- " Mehr Service für Studierende

Für Hochschule



# Internes Marketing

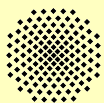
- " Multiplikatoren (in Gremien, Fakultäten)
- " Transparenz schaffen, z.B. wer verwendet Medien in der Lehre
- " Anreizsysteme
  - Geld
  - Anrechnung auf Deputat
  - Unterstützung (Zentrum, Hiwis& )
  - Schaufenster mit Best Practice Beispielen
  - Vorteile aufzeigen
  - Schulungen
  - Wertschätzung von Leitungsebene
  - Persönliche Kontakte
  - Gesetzliche Verankerung
  - Druck von Studierenden (Evaluationsergebnisse)



# Externes Marketing

Ziel: Profilbildung, Transparenz, Rückbindung nach Innen

- " Projekte darstellen in lokaler Presse -> Selbstwert steigern
- " Mehrwerte sichtbar machen
- " Aktive Ansprache von Alumni, Schüler/Schulen, Rotarier, Lions Club, Industrie (z.B. im Kontext von Master Online), andere Hochschulen, Personen mit Entscheidungsgewalt/ Geldgeber
- " Medienkompetenz von Studierenden dokumentieren z.B. durch Zertifikat



# Probleme im E-Learning

" Motivation von Lehrenden

" Versteck

" Heterog

" Fehlend  
organis

" Fehlend

" Fehlendes Personal, Mitarbeiter für KZ

" Mehraufwand für Lehrende

" Fehlende Randbedingungen (Deputat)

" Innere Emigration von Akteuren

Lösungssuche in Forum  
Mitstreiter/innen gesucht!  
AG 3

en nicht

