

Medienprojekt I
Abschlusspapier

Thema:

„Konzeption einer E-Learning Maßnahme
für das Teilgebiet „Bürowirtschaft“
des Unterrichtsfachs „Textverarbeitung mit Bürowirtschaft“
am Berufskolleg für Abiturienten I in Baden-Württemberg“

Autor: Sascha Hauer

Tutor: Marco Kalz

Datum: 15.02.2009 (WS 2008)

Inhaltsverzeichnis

1	Exposé	4
1.1	Institution.....	4
1.2	Bildungsbedarf / Bildungsproblem	4
1.3	Projektidee.....	4
1.4	Mehrwert	5
1.5	Rahmenbedingungen/Vorgaben	5
2	Markt- und Produktanalyse	7
3	Zielgruppenanalyse	8
3.1	Wie groß ist die Zielgruppe?.....	8
3.2	Welche demografischen Merkmale charakterisiert die Zielgruppe?....	8
3.3	Welches Vorwissen hat die Zielgruppe fachlich?	9
3.4	Lässt sich das Lernen am PC in den Alltag der Studierenden einbauen?.....	9
3.5	Haben Sie zu Hause einen Zugang zum Computer?	10
3.6	Handelt es sich dabei um Personen, die vertraut im Umgang mit PC sind?.....	10
3.7	Welche Motivation gibt es für die Teilnahme?.....	10
3.8	Hat die Zielgruppe Erfahrung im selbstgestützten Lernen?.....	11
3.9	Wie lange darf eine Lerneinheit dauern?	11
4	Lehr-Lernzielanalyse.....	12
4.1	Grobziel.....	12
4.2	Richtziele.....	12
4.3	Feinziele	14
4.4	Wissensüberprüfung.....	19
5	Inhalte strukturieren	20
5.1	Die Inhalte der 10 Themengebiete (Takte).....	20
6	Lehr-/Lernstrategie festlegen	27
6.1	Struktur des Lernangebots.....	27
6.2	Betreuungskonzept bestimmen.....	28
7	Medienauswahl.....	30
8	Produktions-, Zeit- und Kostenplan	32

8.1	Produktionsplan.....	32
8.2	Zeit- und Kostenplan	32
9	Literaturverzeichnis.....	34

1 Exposé

1.1 Institution

Die Heidelberg International Business Academy¹ (HIB) ermöglicht im Rahmen einer 3-jährigen Ausbildung einen international anerkannten Hochschulabschluss (Bachelor of Arts Honours) in den Fachrichtungen Tourismus, Eventmanagement, Kulturmanagement, Marketing und Business Management. Durch ein aufeinander aufbauendes Stufenmodell kann nach jedem Jahr ein Abschluss erzielt werden, unter anderem die staatlich anerkannten Abschlüsse des Berufskollegs für Abiturienten I und II für Baden-Württemberg.

1.2 Bildungsbedarf / Bildungsproblem

Der Bildungsbedarf für dieses Projekt beruht auf dem Lehrplan vom Kultusministerium des Landes Baden-Württemberg für das Fach „Textverarbeitung mit Bürowirtschaft“ für das Berufskolleg für Abiturienten I.

Im ersten Studienjahr der dreijährigen Ausbildung bzw. des Studiums an der HIB wird das Fach „Textverarbeitung mit Bürowirtschaft“ mit 6 Wochenstunden unterrichtet und teilt sich in die Teilfächer Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Datenbanken und Bürowirtschaft auf.

Das Themengebiet Bürowirtschaft soll ab dem Studienjahr 2009/2010 neu strukturiert werden und als Online-Kurs angeboten werden.

1.3 Projektidee

Ergebnisse aus den Studentenfeedbacks des letzten Jahres ergaben, dass die hohe Anzahl an Pflichtstunden in Form von Präsenzunterricht die Teilnehmer stark belastet. Zudem möchte man dem Wunsch der Studierenden nach einer flexibleren Zeitgestaltung und selbstständigem Lernen entgegen kommen.

Daher wurde analysiert in welchem Maße und mit welchen Mitteln, innerhalb der vorgegebenen Rahmenbedingungen, mehr selbstgesteuertes Lernen mit freierer Zeiteinteilung verwirklicht werden kann.

Eine Konsequenz daraus ist die Umstrukturierung des Unterrichtsfachs „Textverarbeitung mit Bürowirtschaft“. Das Teilgebiet „Bürowirtschaft“, bisher mit 2 Wochenstunden veranschlagt, soll künftig nicht mehr innerhalb eines Präsenzunterrichts abgehalten werden, sondern mit Hilfe einer E-Learning Maßnahme stattfinden. Der Unterrichtsstoff soll so aufbereitet werden, dass die Studierenden online darauf zugreifen und diesen selbstständig erarbeiten können. Ein Tutor wird die Studierenden online und in Sprechstunden betreuen und auf die zu lösenden Aufgaben Feedback geben.

1.4 Mehrwert

Ziel dieser Maßnahme ist es bei den Teilnehmern nicht nur die Inhalte der Büropraxis zu vermitteln, sondern zudem eigenständiges Lernen und Zeitmanagement zu fördern und dem Wunsch der Studierenden nach weniger Präsenzstunden entgegenzukommen. Ebenfalls soll dadurch die Medienkompetenz der Teilnehmer ausgebaut und vertieft werden

1.5 Rahmenbedingungen/Vorgaben

Ab dem Studienjahr 2009/2010 soll die neue E-Learning Maßnahme eingeführt und eingesetzt werden. Eine Umsetzung der in dieser Arbeit beschriebenen Methoden und Materialien sowie die Entwicklung des dazugehörigen Online-Kurses erfolgt während dem Sommersemester 2009.

Um zusätzliche Kosten zu vermeiden, wird das Projekt mit internen Mitteln und Ressourcen umgesetzt. Materialien sollen selbst erstellt werden bzw. im Internet freizugängliche gefunden werden. Als Lernplattform soll ein Open Source System verwendet werden. Die Hauptentwicklung erfolgt durch den

unterrichtenden Dozenten selbst, der hierfür von der Akademie Zeit eingeräumt bekommt.

¹ Für weitere Informationen siehe <http://www.hib-academy.de>

2 Markt- und Produktanalyse

Zunächst einmal sind die Inhalte für dieses Fach im entsprechenden Lehrplan vom Kultusministerium Baden-Württemberg aufgestellt und einzuhalten. So existiert für dieses Unterrichtsfach unterschiedliches Material in Form von Büchern oder CDs. Dies sind unter anderem speziell auf diesen Unterricht aufbauende Materialien. Hinzukommen aber auch Materialien aus Lehr- oder Fortbildungsbüchern aus berufsähnlichen Berufszweigen, die zumindest einzelne relevante Themen erläutern.

Meine Recherchen haben aber ergeben, dass dieser Kurs, diese Unterrichtseinheit, noch nicht in Form eines durch einen Tutor betreuten Online-Kurses existiert.

Evtl. mag es diverse Eigenentwicklungen eines solchen Gesamt-Kurses geben, die aber nicht öffentlich verfügbar sind. Daher hat dieses Projekt nicht nur für die Heidelberg International Business Academy einen großen Mehrwert und, sondern könnte auch für vergleichende Schulen interessant werden. Dieser Online-Kurs stellt also eine Neuheit dar.

3 Zielgruppenanalyse

In der Zielgruppenanalyse wird die Zielgruppe hinsichtlich der sozio-demografischen Daten, Lerngewohnheiten, technischen/medialen Kenntnissen genauer betrachtet und deren Lernsituation analysiert, da diese letztendlich mit dem Produkt umgehen muss.

3.1 Wie groß ist die Zielgruppe?

Jedes Jahr, zum Studienanfang im September, beginnen zwischen 100 und 150 Jugendliche ihr Studium an der HIB. Durch eine festgelegte Obergrenze von maximal 28 Teilnehmern pro Klasse ergeben sich daraus normalerweise vier oder 5 Parallelklassen. Jeder der neuen Studierenden hat das bisher mit zwei Unterrichtsstunden pro Woche veranschlagte Fach Office-Management zu besuchen.

Da die Betreuung von großen Gruppen in einem tutorenbetreutem Online-Kurs schwer zu bewerkstelligen ist, wird es nützlich bzw. nötig sein mehrere kleine Gruppen zu bilden. Die individuelle Betreuung in all ihren Facetten kann dadurch ermöglicht werden, genauso wie ein zeitnahes Feedback bei den zu lösenden Lernaufgaben. Bei einer Klassenstärke von 28 Teilnehmern pro Klasse bietet es sich an diese in drei, etwa gleichgroße, Gruppen aufzuteilen. Damit entstehen Gruppen mit ungefähr 10 Personen, die eine optimale Größe für tutorenbetreute E-Learning Maßnahmen darstellen.

3.2 Welche demografischen Merkmale charakterisiert die Zielgruppe?

In der Regel sind die Teilnehmer zwischen 18 und 20 Jahre alt und kommen direkt von einem deutschen Gymnasium an die HIB. Nur wenige der neuen Studierenden haben bereits an einer anderen Hochschule studiert oder vorher eine Ausbildung abgeschlossen.

Die Jugendlichen müssen, als eine der Aufnahmebedingungen, das erfolgreich abgeschlossene Abitur nachweisen können. Zudem muss eine sprachliche Neigung vorhanden sein, da die Hochschule zu internationalen Dienstleistungsberufen ausbildet. Durch die angebotenen Studiengänge wie Tourismus oder Event sind 80% der Studierenden weiblich. Etwa 90% der Studienanfänger sind deutscher Abstammung und sind in Deutschland aufgewachsen.

3.3 Welches Vorwissen hat die Zielgruppe fachlich?

Es ist davon auszugehen, dass wenig konkretes fachliches Vorwissen vorhanden ist, da die Inhalte nicht Gegenstand des Lehrplans an Gymnasien sind. Dennoch kann aber berücksichtigt werden, dass Teile aus einigen Themengebieten schon in der Schule erwähnt oder erläutert wurden. So zum Beispiel die Erstellung eines Briefkopfs für einen Geschäftsbrief oder das Erstellen einer gelungenen Präsentation inkl. dem Vortrag vor einer Klasse. Zudem berühren einzelne Punkte die Teilnehmer auch unmittelbar in deren Alltag. Hierzu gehören Themen wie Kopieren, Drucken, E-Mail, Internetrecherche u. ä.

So kann festgestellt werden, dass die Zielgruppe mit vielen der Themen schon indirekt oder sogar direkt in Kontakt kam, jedoch ohne die genauen Hintergründe oder Begrifflichkeiten zu kennen und erkennen zu können.

3.4 Lässt sich das Lernen am PC in den Alltag der Studierenden einbauen?

Die Studierenden haben verschiedene Möglichkeiten Computer zu nutzen. Denn in den Freistunden und Abendstunden kann an den bereitgestellten PC-Arbeitsplätzen gearbeitet werden, die den Studierenden frei zur Verfügung stehen. Zudem besitzt jede/jeder Studierende einen Laptop mit dem sie/er über das hauseigene W-LAN auf die nötigen Ressourcen per Remotedesktopverbindung zugreifen kann und unabhängig davon Zugang zum Internet aufbauen kann. So sind alle Geräte über einen DSL-Anschluss mit dem Internet

verbunden. Alle wichtigen Standardanwendungsprogramme (z. B. Browser, MS Office inkl. Access, Photoshop, Adobe Reader Professional oder InDesign, GoLife) sind ebenfalls installiert.

3.5 Haben Sie zu Hause einen Zugang zum Computer?

Dadurch, dass jede/jeder Studierende einen eigenen Laptop als Grundausstattung mit ins Studium mitbringen muss haben die Jugendlichen auch zu Hause Zugang zu einem Computer. In der Regel existiert dort ebenfalls ein Internetzugang.

3.6 Handelt es sich dabei um Personen, die vertraut im Umgang mit PC sind?

Der grundlegende Umgang mit dem PC darf als vertraut eingestuft werden, jedoch ist davon auszugehen, dass die Studierenden noch keine oder nur wenig Erfahrung im Konfigurieren des Gerätes mitbringen. Auch hat sich gezeigt, dass der Umgang mit Standardsoftware wie Office-Anwendungen oder Bildbearbeitung nur rudimentär vorhanden ist. Lernplattformen, wie z. B. das an der HIB eingesetzte Moodle, sind den Studierenden weitestgehend unbekannt. Internet- und Social-Network-Portale hingegen werden von den Teilnehmern regelmäßig besucht und genutzt.

3.7 Welche Motivation gibt es für die Teilnahme?

Die Motivation ist extrinsisch angelegt, da es für diesen Kurs eine Note in einer abschließenden Klausur gibt und das Fach Bürowirtschaft einen Teil der Abschlussprüfung am Ende des 1. Jahres ist. Zudem wird dieses Fach ins Zeugnis aufgenommen und ist versetzungsrelevant. Es ist ein Baustein von vielen zum Erreichen des angestrebten Abschlusses.

Intrinsische Motivation kann aber erreicht werden, indem den Studierenden deutlich wird, dass die Inhalte dieses Kurses für ihren zukünftigen Berufsalltag

relevant sind und ihnen nach Abschluss dieses Kurses dadurch der Einstieg in den „Büroalltag“ leichter fallen sollte, da sie hierfür schon Kenntnisse und Erfahrungen gewonnen haben.

3.8 Hat die Zielgruppe Erfahrung im selbstgestützten Lernen?

Es ist davon auszugehen, dass die Studierenden noch keine Erfahrung mit selbstgestütztem Lernen mitbringen.

3.9 Wie lange darf eine Lerneinheit dauern?

Die Erarbeitung einer Lerneinheit (eines Taktes) inkl. Lösung der Lernaufgaben darf auf Grund des Stundenplanes und des Lehrplanes 4 Zeitstunden nicht überschreiten.

Diese 4 Zeitstunden errechnen sich wie folgt:

Der Lehrplan sieht hier ein 2-stündiges Fach vor, das über ein ganzes Jahr hinweg unterrichtet wird. Abzüglich Ferien, Feiertagen, Klausur- und Prüfungszeiten ergeben sich an der HIB pro Jahr ca. 20 Unterrichtswochen. Bei 10 vorgesehenen Themengebieten im Fach Officemanagement und gleichmäßiger zeitlicher Verteilung dieser kann eine Lerneinheit also 2 Unterrichtswochen dauern. Innerhalb eines Taktes (2 Wochen) stehen folglich 4 Unterrichtsstunden á 45 Minuten für dieses Fach zur Verfügung. Addiert man noch Vor- und Nachbereitungszeit der Teilnehmer hinzu gelangt man zu den oben genannten 4 Zeitstunden pro Lerneinheit.

4 Lehr-Lernzielanalyse

4.1 Grobziel

Der berufsbezogene Unterricht soll die Schülerinnen und Schüler zur aktiven Auseinandersetzung mit den Ausbildungs- und Tätigkeitsanforderungen für ihren Beruf qualifizieren und sie befähigen, neue Arbeitsverfahren, Kommunikations- und Organisationsmittel - auf den jeweils gegebenen Betriebsablauf bezogen - wirtschaftlich und ökologisch im Büro einzusetzen. Sie sollen auf die sich ständig ändernden Anforderungen im Berufsleben vorbereitet und mit Handlungskompetenz in beruflichen und außerberuflichen Bereichen ausgestattet werden.²

4.2 Richtziele

Ziel ist es also Handlungskompetenzen im Bereich Bürowirtschaft (Officemanagement) bei den Studierenden aufzubauen und zu verinnerlichen, die die Fähigkeit und Bereitschaft in gegebenen Situationen sachgerecht, persönlich durchdacht und in gesellschaftlicher Verantwortung zu handeln weiterentwickelt.

Subkategorien der Handlungskompetenz sind die Methodenkompetenz, Sozialkompetenz und Fachkompetenz. Zur Methodenkompetenz gehören Methoden der Erkenntnisgewinnung (z. B. Informationsaufnahme, -verarbeitung und -anwendung), spezielle fachwissenschaftliche Methoden (z. B. Denken in Modellen) und Arbeitstechniken (z. B. Arbeitsplanung, Präsentationstechnik), um selbstständig Lösungswege für komplexe Arbeitsaufgaben finden zu können. Die Sozialkompetenz zielt zum einen auf den Aspekt der Entwicklung eines positiven Selbstbildes und zum anderen geht es ihr um die Fähigkeit zum verantwortungsbewussten Umgang mit anderen Menschen und besonders um soziales Verhalten in Arbeitsgemeinschaften. Die Fachkompetenz betrifft fachliche Kenntnisse und Fähigkeiten.

1. Medienkompetenzen

- a. Arbeitsmittel und formen sachgerecht und rationell zur Problemlösung einsetzen und bewerten
- b. Mechanisierte Arbeitsabläufe entwickeln
- c. Wesentliche organisatorische Sachverhalte herausarbeiten
- d. Zu neuen Aufgaben selbstständig Lösungsmöglichkeiten erarbeiten und dafür geeignete Vorgehensweisen entwickeln
- e. Probleme, Anregungen und Lösungen diskutieren und Dritten gegenüber vertreten
- f. Sich als Mitarbeiterin und Mitarbeiter in gegebene betriebliche Strukturen einordnen
- g. Sachverhalte erkennen, deren Bedeutung richtig einschätzen und daraus entsprechendes Handeln ableiten

2. Sozialkompetenzen

- a. Interesse aufbringen und Mitverantwortung für das „Unternehmen“ bzw. für einen Arbeitsbereich übernehmen
- b. Übertragene Aufgaben selbständig und kreativ, zuverlässig und sachlich richtig bewältigen
- c. Beim Austausch von Informationen auf Sachlichkeit und guten Ausdruck achten
- d. Die Notwendigkeit von Ordnung als Grundlage eines überschaubaren und wandelbaren Arbeitsplatzes anerkennen
- e. In gegenseitiger Zusammenarbeit Gefahrenquellen oder Störfaktoren beseitigen
- f. Im Umgang mit Dritten soziale Verantwortung zeigen und Pflichtbewusstsein entwickeln
- g. Sensibilisierung für Umweltfragen am Arbeitsplatz entwickeln

3. Fachkompetenzen

- a. Die Arbeitswelt „Büro“ kennen
- b. Umweltschutz im Büro anwenden können
- c. Methoden zum Zeitmanagement kennen und anwenden können
- d. Vorgänge in der Postbearbeitung kennen und anwenden können
- e. Möglichkeiten der schriftlichen Kommunikation kennen und anwenden können
- f. Funktionen und Eigenschaften von Druckern, Kopierern, Scannern und Kameras kennen
- g. Informationen beschaffen, bewerten, aufbereiten, präsentieren und ordnen können
- h. Informationen verwalten können
- i. Varianten und Leistungsmerkmale der mündlichen Telekommunikation kennen und einordnen können
- j. Varianten und Leistungsmerkmale der schriftlichen Telekommunikation kennen und einordnen können

4.3 Feinziele

Hier werden nun die für jeden Takt relevanten fachlichen Kenntnisse und Fähigkeiten als Feinziele formuliert und aufgelistet.

- a. Die Arbeitswelt „Büro“ kennen
 - Über Aufbau und typische Tätigkeiten im Büro Bescheid wissen
 - Die personalen Voraussetzungen erkennen
 - Die Wirkung des äußeren Erscheinungsbildes überprüfen
 - Auf eine typ- und anlassgerechte Kleidung achten
 - Auf ein gepflegtes Äußeres Wert legen
 - Angemessene Umgangsformen praktizieren
 - Die Bedeutung der Ergonomie und Anthropometrie für die Gestaltung des Büroarbeitsplatzes verstehen

- Ergonomische Grundsätze bei der Gestaltung von Büromöbeln kennen
 - Die Voraussetzungen für die Gesundheit und Sicherheit am Bildschirmarbeitsplatz kennen
 - Einflüsse der Arbeitsumgebung auf den Menschen kennen
 - Belastungen am Arbeitsplatz erkennen und richtig damit umgehen
 - Gesundheitsvorsorge am Arbeitsplatz praktizieren
 - Büroarbeiten ökonomisch erledigen
 - Über aktuelle Entwicklungen und Visionen Bescheid wissen
- b. Umweltschutz im Büro anwenden können
- Umweltprobleme erkennen und analysieren
 - Für den Umgang mit gesundheits- und umweltproblematischen Arbeitsstoffen und Materialien, die im Büro verwendet werden, sensibilisiert werden
 - Gesundheitliche Gefahren bei der Benutzung eines Handys richtig einschätzen
 - Lösungsstrategien für umweltfreundliche Maßnahmen entwickeln
 - Chancen und Probleme für die Wirtschaft erkennen
- c. Methoden zum Zeitmanagement kennen und anwenden können
- Die Bedeutung der Terminplanung und -überwachung erkennen
 - Feste und bewegliche Termine unterscheiden
 - Die Bedeutung von Fristen erkennen
 - Termine koordinieren
 - Einen Terminplan erstellen
 - Softwareprogramme zur Terminplanung und -überwachung wirtschaftlich einsetzen
 - Mögliche Zeitdiebe und -fallen erkennen und ausschalten
 - Strategien erlernen, die effektives Zeitmanagement ermöglichen

- d. Vorgänge in der Postbearbeitung kennen und anwenden können
- Die Arbeitsabläufe beim Postein- und -ausgang kennen
 - Eingehendes Schriftgut zur innerbetrieblichen Weitergabe aufbereiten
 - Schriftgut zum Versand aufbereiten
 - Die Postbearbeitung als wesentlichen Kostenfaktor begreifen
 - Auswahlkriterien verschiedener Anbieter ermitteln
 - Die zweckmäßigste Versandart unter Berücksichtigung von Sicherheit, Vertraulichkeit, Schnelligkeit, Kosten und Rechtsverbindlichkeit wählen
 - Berechnungen durchführen
 - Geräte zur Rationalisierung der Bearbeitung von eingehendem und ausgehendem Schriftgut und ihren Einsatz kennen
- e. Möglichkeiten der schriftlichen Kommunikation kennen und anwenden können
- Aufbau und Arbeitsweise eines Computers kennen
 - Möglichkeiten der Texterstellung kennen und unter ökonomischen Gesichtspunkten bewerten
 - Die gängigen Papierformate unterscheiden und anwendungsbezogen einsetzen
 - Diktiergeräte und ihre Funktionen kennen und ökonomisch einsetzen
 - Die Regeln für das Fonodiktat (DIN 5009) beim Diktieren anwenden
 - Spracherkennungs-Software kennen und deren Einsatz beurteilen
 - Serienbriefe und Textbausteine als rationelle Möglichkeit der Textverarbeitung einsetzen
 - Das Corporate Design anwenden
 - Formulare als Organisationsmittel kennen und beurteilen
 - Formulare entwerfen

f. Funktionen und Eigenschaften von Druckern, Kopierern, Scannern und Kameras kennen

- PC-Drucker nach Drucktechnologien unterscheiden
- Druckoptionen kennen und ökonomisch einsetzen
- Möglichkeiten der Vervielfältigung unter ökonomischen Aspekten bewerten
- Einsatzbereiche der Vervielfältigungsverfahren aufzeigen
- Drucker, Kopierer und Scanner individuell nach ihren Leistungsmerkmalen auswählen
- Fachbegriffe und Abkürzungen kennen
- Den Einsatz multifunktionaler Geräte bewerten

g. Informationen beschaffen, bewerten, aufbereiten, präsentieren und ordnen können

- Möglichkeiten der Informationsbeschaffung kennen und nutzen
- Suchmöglichkeiten kennen und anwenden
- Informationen zielgerichtet auswählen
- Beschaffte Informationen in geeigneter Form präsentieren
- Informationen normgerecht ordnen
- Informationskompetenz erreichen

h. Informationen verwalten können

- Notwendigkeit der Informationsspeicherung erkennen
- Die gesetzlichen Vorschriften für die Datenspeicherung kennen
- Speichermedien zur Informationsaufbewahrung kennen und gezielt einsetzen
- Ordnung als grundlegende Voraussetzung für den sinnvollen Einsatz eines Speichermediums erkennen
- Leistungsmerkmale eines Dokumentenmanagementsystems kennen und den Einsatz unter ökonomischen und ökologischen Aspekten entscheiden

- Bestimmungen des Datenschutzes und der Datensicherheit beachten
- i. Varianten und Leistungsmerkmale der mündlichen Telekommunikation kennen und einordnen können
- Telekommunikationsnetze und ihre Funktion kennen
 - Die Bedeutung von ISDN für die inner- und außerbetriebliche Kommunikation erkennen
 - Das Telefon und Telekommunikationsanlagen im ISDN rationell nutzen
 - Zusatzeinrichtungen für das Telefon kennen und wirtschaftlich einsetzen
 - Die Bedeutung des Mobiltelefons in Gesellschaft und Wirtschaft erkennen und sinnvoll nutzen
 - Die Weiterentwicklung des Handys im privaten und beruflichen Bereich in Auge behalten
 - Korrektes Verhalten am Telefon und mit dem Mobiltelefon praktizieren
- j. Varianten und Leistungsmerkmale der schriftlichen Telekommunikation kennen und einordnen können
- Leistungsmerkmale von Telefaxgeräten kennen und die Funktionen wirtschaftlich nutzen
 - Den Einsatz des Telegramms als Kommunikationsmittel in besonderen Fällen kennen
 - Die Bedeutung des Internets in der Gesellschaft und Wirtschaft erkennen
 - Informationen unter dem Einsatz von Suchfunktionen beschaffen und beurteilen
 - E-Mail als schnelles, günstiges und unkonventionelles Kommunikationsmittel kennen und nutzen
 - Die Möglichkeiten von Multimedia begreifen und verantwortungsbewusst damit umgehen

4.4 Wissensüberprüfung

Die Überprüfung des Wissens erfolgt durch die eingereichten Lernaufgaben (meistens eine schriftliche Ausarbeitung zu einer Fragestellung) der Studierenden zu den einzelnen Themenblöcken. Der Dozent gibt anschließend den einzelnen Studierenden Feedback und kreditiert die Lernaufgabe.

Sind am Ende des Kurses alle Lernaufgaben kreditiert wird der/die Studierende zur Abschlussklausur zugelassen, welche dann mit Schulnoten von 1 bis 6 benotet wird und die Note für diesen Kurs widerspiegelt.

² Entnommen aus dem Lehrplan für die höhere Berufsfachschule

5 Inhalte strukturieren

Die Lerninhalte für den Online-Kurs „Bürowirtschaft“ beruhen auf den oben beschriebenen Lehr- und Lernzielen die wiederum dem Lehrplan von Baden-Württemberg für das Berufskolleg für Abiturienten entsprechen.

Aus den Feinzielen lassen sich 10 Themengebiete ableiten. Diese 10 Themengebiete werden in 10 Takte á 2 Wochen eingeteilt, wie bereits im Kapitel 3.9 errechnet. So können die Inhalte innerhalb eines Schuljahres behandelt werden. In Ferienzeiten sowie Klausur- oder Prüfungszeiten setzt der Online-Kurs aus, damit einer Überbelastung der Studierenden vorgebeugt wird. Da der Kurs einen wöchentlich stattfindenden Präsenzunterricht mit 2 Wochenstunden ablösen soll, darf der zeitliche Aufwand der Teilnehmer pro Takt 4 Zeitstunden nicht überschreiten.

5.1 Die Inhalte der 10 Themengebiete (Takte)

1. Takt	Arbeitswelt „Büro“
	<ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen an den Menschen im Büro • Personale Anforderungen • Äußeres Erscheinungsbild • Umgangsformen • Typ- und anlassgerechte Kleidung • Körperpflege und -hygiene • Büroarbeitsplatz • Gesetzliche Grundlagen • Büroraumplanung Büroausstattung • Arbeitsumgebung • Raumluf und -klima • Licht und Arbeitsplatzbeleuchtung • Lärm • Farbgestaltung • Pflanzen • Fengshui • Strahlungen • Belastungen am Arbeitsplatz

	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsvorsorge durch ausgewogene Ernährung und richtige Pausengestaltung • Flexible Arbeitswelten
2. Takt	Umweltschutz
	<ul style="list-style-type: none"> • Woran erkennt man ein umweltfreundliches Produkt? • Umweltfreundliche Büromaterialien • Bürogeräte und -zubehör • Kopiergeräte • EDV-Geräte • Abfallbehandlung • Elektrosmog und Mobilfunk
3. Takt	Zeitmanagement
	<ul style="list-style-type: none"> • Effektives Zeitmanagement • Pareto-Prinzip • ABC-Analyse • ALPEN-Methode • Eisenhower-Prinzip • Terminplanung • Terminarten • Hilfsmittel zur Terminüberwachung • Allgemeine Tipps zur Terminplanung und –überwachung • Terminplanung und –überwachung am Personalcomputer • Terminverwaltung mithilfe eines elektronischen Organizers
4. Takt	Postbearbeitung
	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsabläufe beim Posteingang • Postempfang • Zustellung und Abholung • Aussortieren • Öffnen • Digitale Archivierung der Eingangspost • Kontrollieren • Stempeln • Verteilen • Posteingangssysteme • Arbeitsabläufe beim Postausgang • Adressieren • Zusammentragen • Falten, Kuvertieren und Schließen • Wiegen

	<ul style="list-style-type: none"> • Frankieren • Poststraße • Postversand • Briefe • Infopost und Infobrief • Postwurfsendung • Büchersendung • Blindensendung • Warensendung • Werbeantwort • Päckchen und Pakete • Schnelle und sichere Beförderung von Sendungen • Express-Dienst • Einschreiben, Eigenhändig, Rückschein, Nachnahme • Vorausverfügungen
5. Takt	Schriftliche Kommunikation
	<ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeiten der Textaufnahme und -erstellung im Überblick • Sprachaufzeichnung (Fonodiktat) • Diktiergeräte • Büro- und Handdiktiergeräte • Geräte für Aufnahme und Wiedergabe • Analoge und digitale Diktiergeräte • Digitale Diktiergeräte • Tonträger • Leistungsmerkmale • PC-Diktat • Spracherkennungssysteme • Schemabriefe • Serienbriefe • Bausteinverarbeitung • Papiernormung • Grundsätze der Normung • Papierformate • Formulare • Corporate Design • Vordruckarten • Geschäftsbrief DIN 676 (genormter Vordruck) • Blitzantwort • Kurzmitteilung • Vordruckgestaltung • Online-Formulare • Gestaltungsgrundsätze

6. Takt	Drucken, Kopieren, Scannen, Fotografieren
	<ul style="list-style-type: none"> • PC-Drucker • Nadel- bzw. Matrixdrucker • Tintenstrahldrucker • Laserdrucker • Folgekosten • Software und Drucker • Druckerkauf • Druckoptionen • Scanner • Scannertypen • Leistungsmerkmale • Kopieren • Digitale Kopiergeräte • Leistungsmerkmale • Farbkopierer • Standort der Kopiergeräte • Multifunktionale Geräte • Digitale Kamera • Druckpapier • Selbstdurchschreibende Papiere • Urheberrechtsgesetz
7. Takt	Informationen beschaffen, bewerten, aufbereiten, präsentieren und ordnen
	<ul style="list-style-type: none"> • Informationen beschaffen • Informationen bewerten • Datenschutz und Datensicherheit • Urheberrecht • Informationen aufbereiten • Lesen • Datenübernahme • Informationen im Internet • Informationen präsentieren • Präsentationsformen • Faktoren des Präsentationserfolgs • Gestaltungsregeln • Körpersprache und Rhetorik • Informationen ordnen • Alphanumerische Ordnung • Numerische Ordnung • Alphanumerische Ordnung • Chronologische Ordnung • Ordnen nach Stichwörtern • Ordnen nach Farben und Symbolen

8. Takt	Informationen verwalten, aufbewahren
	<ul style="list-style-type: none"> • Registratur • Arbeitsplatzorganisation • Aktenplan • Notwendigkeit der Schriftgutablage • Wertstufen • Ablagearten • Aktenführung • Registraturformen • Standorte • Registraturkosten • Speichermedien • Papier • Magnetspeicher • Optische Speicher • CD-ROM • CD-R (Compact Disc Recordable) • CD-RW (Compact Disc Rewritable) • DVD (Digital Versatile Disc) • Digitale Speichermedien • Mobile Speicherkarten • USB-Stick • Mikrofilm • Mikrofilmformen • Vorteile der Mikroverfilmung • Dokumenten-Management-Systeme • Aufgaben • Arbeitsweise • Dokumentenerfassung • Indizieren • Ablegen und Archivieren • Dokumente suchen • Leistungsmerkmale • Vorteile • Datensicherheit
9. Takt	Telekommunikation mündlich
	<ul style="list-style-type: none"> • Telekommunikationsnetze • Analoges Netz • Dienste integrierendes digitales Netz (ISDN) • ISDN-PC-Karte • ISDN-Anschluss • ISDN-Anlagenanschluss • ISDN-Leistungsmerkmale • DSL (Digital Subscriber Line)

	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilfunknetze • Satellitentechnik • Telefon • Telefonbücher • Kosten für die Wählverbindungen • Auslandsgespräche • Besondere Dienste im Telefonnetz • Rechnung der Deutschen Telekom AG • Telefonapparate • Telekommunikationsanlagen • Leistungsmerkmale • Rufnummernübermittlung • Anrufweiterschaltung • Telefonkonferenz • Makeln • Anklopfen • Verbindung parken und Endgeräte umstecken • Gleichzeitige, unabhängige Nutzung zweier Geräte • Weitere Leistungsmerkmale • Sprachbox • Anrufbeantworter • Computerunterstütztes Telefonieren • Mobilfunk • Netzbetreiber • Service-Provider • Handy • SIM-Karte • Bedienelemente • Leistungsmerkmale • SMS (Short Message Service) • MMS (Multimedia Messaging Service) • I-Mode • E-Mail-Push-Dienst • Push-to-Talk (Abk. PTT) • Mobilfunkgeräte • Mobilfunkvertrag • Das Handy im Auto • Mobil ins Ausland telefonieren • Die Handy-Etikette • Internettelefonie • Vorbereiten und Führen von Telefongesprächen
10. Takt	Telekommunikation schriftlich
	<ul style="list-style-type: none"> • Telefax • Faxgeräte • PC-Fax

- Internet-Fax
- Arbeitsablauf und Funktionsweise
- Leistungsmerkmale
- Kosten
- Regeln im Umgang mit dem Faxgerät
- Vorteile
- Das Internet im Überblick
- Zugang
- Dienste im Internet
- World Wide Web
- File Transfer Protocol
- Newsgroups
- Chat
- E-Mail
- Kosten
- Suchen und Finden im Internet
- Suchprinzipien
- Arbeiten mit Suchmaschinen
- Suchmaschinen im Überblick
- Mit Suchoptionen gezielt recherchieren
- Private Recherchen am Arbeitsplatz
- Korrespondenz per E-Mail
- Aufbau einer E-Mail
- Netiquette
- Mailboxen und Free-Mail-Anbieter
- Umgang mit elektronischer Post
- Multimedia
- Einsatzgebiete
- Neue Medien – kontrovers betrachtet
- Gesetzliche Grundlagen
- Medienkompetenz

6 Lehr-/Lernstrategie festlegen

Aufgrund der vorgegebenen Parameter aus den obigen Kapiteln wird sich nun in diesem Abschnitt für ein didaktisches Design entschieden.

6.1 Struktur des Lernangebots

In der folgenden Tabelle³ von Kerres (2001), die zur Entscheidungsfindung beisteuern soll, ob die Lernumgebung eher sequentiell oder logisch strukturiert wird, wurden die für diesen Online-Kurs relevanten Zellen hellblau hervorgehoben.

	Sequentiell strukturiert	Logisch strukturiert
Lehrstoff	Der Stoff ist hierarchisch gegliedert, d.h. die einzelnen Informationseinheiten bauen aufeinander auf.	Der Stoff ist flach gegliedert, denn es gibt keine für das Verstehen zwingende Abfolge der Informationen.
Lernsituation	Die Lernsituation ist sehr formell, z.B. für eine Prüfung, im Rahmen eines Lehrgangs.	Die Lernsituation besitzt einen überwiegend informellen Rahmen.
Zielgruppe	Die Zielgruppe ist hinsichtlich ihrer Eigenschaften (z.B. Vorkenntnisse) sehr homogen.	Die Zielgruppe ist hinsichtlich ihrer Eigenschaften sehr inhomogen.
Lernstil	Die Lernenden sind eher unselbstständiges Lernen gewohnt.	Die Lernenden sind eher selbstständiges Lernen gewohnt.
Motivation	Die Lernenden sind primär extrinsisch motiviert, z.B. weil es um das Bestehen einer Prüfung geht.	Die Lernenden sind überwiegend intrinsisch motiviert, weil sie sich aus Interesse mit den Inhalten auseinandersetzen.

Vorwissen	Das Vorwissen ist gering.	Das Vorwissen ist hoch.
-----------	---------------------------	-------------------------

Aus diesen Überlegungen ergibt sich die Entscheidung für einen eher sequentiell strukturierten Online-Kurs. Dieser folgt zudem dem Anwendungskontext weil die Inhalte für berufliche Anforderungen notwendig sind.

Auch spricht dies für die geplante Taktung, da sequentiell strukturierte Einheiten mit Hilfe einer Taktung sich gut umsetzen lassen und ebenfalls die Kommunikation fördern. Die Taktung ermöglicht, dass die Lernenden gleichzeitig an den gleichen Materialien arbeiten und somit ein fachlicher Austausch vereinfacht wird. Auch die Betreuung durch den Tutor wird vereinfacht. Er kann Verständnisfragen leichter zurückverfolgen, da er genau weiß auf welche Themen und damit Materialien sich die Studierenden beziehen.

6.2 Betreuungskonzept bestimmen

Der geplante Online-Kurs sollte ein tutorenbetreuter Online-Kurs sein, da die Teilnehmer somit die Möglichkeit bekommen individuelle Hilfe anzufordern und individuelles Feedback bei ihren eingereichten Lernaufgaben erhalten können.

Der Tutor sollte mit Hilfe von unterschiedlichen Kommunikationsmitteln (Diskussionsforum, Chat, persönlicher Sprechstunde) auf Fragen und Bedürfnisse einzelner eingehen können, da aller Voraussicht nach dies der erste Online-Kurs für die Teilnehmer sein dürfte. Probleme müssen schnell erkannt und gelöst werden, damit am Ende des Kurses möglichst alle Teilnehmer erfolgreich abschließen können und nicht z. B. an technischen Hürden oder Medienkompetenz scheitern.

Durch die Lernaufgaben, die die Lernenden am Ende eines jeden Taktes einreichen müssen, ist zudem ein Tutor nötig, der die abgegebenen Aufgaben

kreditiert und natürlich mit einem Feedback an die Teilnehmer zurücksendet. Dies kann die gleiche Person sein, die auch den Teilnehmern während eines Taktes für Fragen zu Verfügung steht.

Die angesprochene Betreuung während der einzelnen Takte sollte ein technisch und E-Learning versierter Dozent übernehmen. Die fachliche Betreuung der Gruppen, d. h. die Durchsicht der Lernaufgaben und das Feedback hierzu, kann von der gleichen Person durchgeführt werden, sofern diese das entsprechende fachliche Wissen mitbringt. Vereint man beide Aufgabenbereiche in einer Person, so kann pro Klasse ein Deputat von zwei Wochenstunden hierfür vorgesehen und abgerechnet werden.

³ Entnommen aus dem Studienbrief „Didaktische Konzeption multimedialer und telemedialer Lernumgebungen II“ von Dr. Ilke Heller

7 Medienauswahl

Eine Kombination von Text, Ton, Video und Animationen ist sinnvoll, da so unterschiedliche Lerntypen besser angesprochen werden können und ein abwechslungsreicheres Lernen und Einarbeiten in die einzelnen Themengebiete gegeben ist.

Allerdings ist können durch aufwendig gestaltete Medien schnell die Kosten in die Höhe schießen und der zeitliche Aufwand enorm werden.

Genau aus diesen Kosten- und Zeitgründen wurde auf die Erstellung von Videos und Animationen im weitesten verzichtet. Doch es soll mit Hilfe von Links auf freiverfügbare Videos oder Lernfilme verwiesen werden.

Die Medien, die es zu erstellen gilt, beschränken sich hauptsächlich auf Textdokumente, Präsentationen und Schaubilder. Einleitungen und Zusammenfassungen sollen in Form von Tonaufnahmen zudem zur Verfügung stehen und so mobiles Lernen ermöglichen.

Frei im Internet zugängliches Material soll durch Links eingebunden werden und damit die Inhalte ergänzen oder vertiefen.

Auf Grund der geschilderten Medienwahl, der zuvor erwähnten Einteilung in Takte, der Tatsache, dass Lernaufgaben von den Teilnehmern eingereicht werden müssen und den oben beschriebenen Rahmenbedingungen an der Heidelberg International Business Academy bietet sich eine Lernplattform wie moodle⁴ (bereits an der HIB im Einsatz) oder aber auch der Online-Campus⁵ (besonders geeignet für Kurse mit einer Taktung wie in diesem Online-Kurs) an.

Da das Lern-Management-System moodle an der HIB bereits im Einsatz ist soll der Online-Kurs Bürowirtschaft auf diesem System aufgesetzt werden. Auch weil das Aufsetzen einer weiteren, neuen Plattform zu zeit- und kosten-

intensiv ist. Zudem hat es den Vorteil, dass die Studierenden nicht gleichzeitig mit mehreren Lernplattformen konfrontiert werden und sich so auf ein System konzentrieren können.

⁴ Weitere Infos unter <http://www.moodle.org>

⁵ Weitere Infos unter <http://mediendidaktik.uni-duisburg-essen.de/oc>

8 Produktions-, Zeit- und Kostenplan

In diesem Kapitel wird kurz beschrieben welche Kosten sowie personellen und zeitlichen Ressourcen für die Realisierung des Projekts notwendig sind.

8.1 Produktionsplan

Der Produktionsplan beinhaltet folgende, nacheinander auszuführende Schritte:

1. Ausführliche Materialsammlung zu den 10 Themengebieten im Fach Bürowirtschaft
2. Erstellung der Studienbriefe zu den 10 Themengebieten der Bürowelt
3. Konzeption der Lernaufgaben zu den 10 Takten
4. Sammeln von Zusatzmaterialien, die im Internet freizugänglich sind, wie z. B. Artikel, Beispiele, Lernfilme, Videos, Podcasts oder Übungen
5. Vertonen der Einleitungen und Zusammenfassungen, um diese als Podcast zur Verfügung stellen zu können
6. Lernplattform moodle konfigurieren und mit den erstellten Inhalten füllen
7. Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb der Lernplattform schaffen

8.2 Zeit- und Kostenplan

Für die Punkte 1 bis 7 aus dem Produktionsplan ergeben sich nun der Zeitplan und anschließend der Kostenplan.

Zu Punkt 1.: Pro Takt einen Manntag, also insgesamt 10 Manntage

Zu Punkt 2.: Pro Takt zwei Manntage, also insgesamt 20 Manntage

Zu Punkt 3.: Pro Takt einen halben Manntag, also insgesamt 5 Manntage

Zu Punkt 4.: Pro Takt einen Manntag, also insgesamt 10 Manntage

Zu Punkt 5.: Pro Takt einen halben Manntag, also insgesamt 5 Manntage

Zu Punkt 6.: Fünf Manntage

Zu Punkt 7.: Zwei Manntage

Zusammen ergibt dies einen Aufwand von 50 Manntage. Wenn man von einem Stundensatz von 50,- €ausgeht beläuft sich das Projekt auf 20.000,- €

9 Literaturverzeichnis

- Büropraxis heute und morgen (2006), Ingrid Stephan
- Lehrplan für die höhere Berufsfachschule (2009), Ministerium für die Bildung, Wissenschaft und Weiterbildung
- Studienbrief „Didaktische Konzeption multimedialer und telemedialer Lernumgebungen I“ (2008), Dr. Ilke Heller
- Studienbrief „Didaktische Konzeption multimedialer und telemedialer Lernumgebungen II“ (2008), Dr. Ilke Heller
- Studienbrief „Einführung in die gestaltungsorientierte Mediendidaktik“ (2008), Prof. Dr. Michael Kerres
- Studienbrief „Kalkulation von Medienprojekten“ (2008), M.A. Daniela Harris-Pflugfelder
- Studienbrief „Medienproduktion“ (2008), Dr. Sven Horsmann
- Studienbrief „Organisation von multimedialen Lernarrangements“ (2008), Axel Nattland
- Studienbrief „Realisierung didaktischer Konzeptionen“ (2008), Wanda Grabe
- Unser Büro heute und morgen (2006), Ingrid Stephan