

Stefan Brombach

Web-Academy. Die Entwicklung eines Internetprogramms für Hochschulen

Am Beispiel des geplanten Studiengangs Masters of
Business Administration

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



STEFAN BROMBACH

WEB-ACADEMY

DIPLOMARBEIT



WEB-ACADEMY

ENTWICKLUNG EINES NUTZERORIENTIERTEN, INTEGRIERTEN PROGRAMMS IM INTERNET FÜR DAS DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN HOCHSCHULE, DARGESTELLT AM BEISPIEL DES GEPLANTEN STUDIENGANGS MASTERS OF BUSINESS ADMINISTRATION (MBA) IN ENTREPRENEURIAL STUDIES AN DER FACHHOCHSCHULE GELSENKIRCHEN.

DIPLOMARBEIT

vorgelegt dem

Fachbereich Wirtschaft

der Fachhochschule Gelsenkirchen, Abteilung Bocholt

von

Stefan Brombach

Abgabetermin: September 1998

Inhaltsangabe

Anhand eines Studiums zum "Masters of Business Administration" (MBA) entwickelt diese Diplomarbeit ein nutzerorientiertes, integriertes **Marketingkonzept für ein virtuelles Studium im Internet**.

Zunächst werden die **Inhalte und Ziele des MBA** vorgestellt und kritisch betrachtet. Anschließend wird das Internet vorgestellt, insbesondere im Hinblick auf seine Möglichkeiten und Probleme beim **Computer Based Training** und **Telelearning**. Verschiedene Pilotprojekte werden vorgestellt.

Im folgenden eher praktisch orientierten Teil wird ein Konzept für eine virtuelle Lernumgebung (Web-Academy) entwickelt. Hierzu wird die Einordnung der Web-Academy ins **Dienstleistungsmarketing** aufgezeigt und Ziele und Zielgruppen ermittelt. Anschließend werden die **Strukturen** einer Web-Academy entwickelt und ein möglicher **Seitenaufbau** erläutert. Zur Einführung der Web-Academy wird ein **Marketing-Mix** entwickelt, das sowohl die klassischen Elemente des Marketing-Mix als auch die multimedialen Möglichkeiten des Internet ausschöpft. Schließlich werden Controlling und Erfolgsmessungen, als auch **Restriktionen** einer Web-Academy behandelt.

Ein ausführlicher **Anhang** enthält neben einem Glossar unter anderem eine Übersicht europäischer und nordamerikanischer MBA-Studiengänge und eine Gegenüberstellung von Umfragen und Marktforschungsstudien zum Internet.

Zu dieser Diplomarbeit ist zusätzlich eine **CD-ROM** erhältlich. Käufer der Diplomarbeit können sie direkt beim Autor bestellen. Sie enthält unter anderen die Diplomarbeit im Hypertextformat, Links zu den angesprochenen Internetseiten, die verwendeten Abbildungen und Darstellungen, sowie ein Verzeichnis von Suchmaschinen im Internet.

Diese Diplomarbeit wurde von der Fachhochschule Gelsenkirchen mit dem Studienpreis für Diplomarbeiten 1997/1998 ausgezeichnet.

Hinweis: Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Autors unzulässig und strafbar.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsangabe	2
Inhaltsverzeichnis	3
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	6
Abkürzungsverzeichnis	7
Hinweise zur CD-ROM	8
1 Einleitung	9
1.1 Problemstellung der Web-Academy	9
1.2 Aufbau der Arbeit.....	10
1.3 Die Fachhochschule Gelsenkirchen	11
1.3.1 Studienangebot	11
1.3.2 Die Fachhochschule Gelsenkirchen im Internet	11
2 Inhalte und Zielsetzungen des MBA-Studiums	12
2.1 Grundlagen der Masters- und MBA-Ausbildung	12
2.1.1 Arten der MBA-Ausbildung	13
2.1.2 Zulassungsvoraussetzungen	13
2.1.3 Studieninhalte und Lernmethoden.....	14
2.1.4 Kritische Betrachtung der MBA Ausbildung.....	15
2.2 Der geplante MBA-Studiengang in Entrepreneurial Studies an der Fachhochschule Gelsenkirchen	16
2.2.1 Entrepreneurship	16
2.2.2 Strukturen und Module des geplanten MBA-Programm	17
2.2.3 Lehrmethoden	19
3 Internet und Telelearning	20
3.1 Funktionen des Internets	20
3.1.1 Das rasante Wachstum	20
3.1.2 Die Elemente des Internets	21
3.1.3 Demographische Daten der Internetnutzer	23
3.2 Merkmale hypermedialer Strukturen.....	25
3.3 Besonderheiten der internetbasierten Wissensvermittlung	26
3.3.1 Begriffsabgrenzungen	26
3.3.2 Besserer Lernerfolg durch Telelearning?	27
3.4 Übersicht über Telelearningangebote.....	31
4 Konzeption der Web-Academy	33

4.1	Web-Academy im Dienstleistungsmarketing	33
4.2	Ziele und Zielgruppen der Web-Academy	34
4.2.1	Ziele des geplanten MBA-Studiengangs	35
4.2.2	Ziele der Web-Academy	37
4.2.3	Zielgruppen der Web-Academy	37
4.3	Struktur und Seitenaufbau der Web-Academy	38
4.3.1	Struktur	38
4.3.2	Seitenaufbau / Screendesign	44
4.4	Ausstattung der Web-Academy	47
5	Besonderheiten im Marketing-Mix bei der Realisierung der Web-Academy	48
5.1	Die Produkte und Dienstleistungen der Web-Academy	48
5.1.1	Das Leistungsprogramm der Web-Academy im Internet	48
5.1.2	Zusatzprodukte der Web-Academy	49
5.1.3	Produktinnovation	49
5.1.4	Qualität	50
5.2	Studiengebühren und Preisstrategien	51
5.2.1	Preisstrategien	52
5.2.2	Zahlungsformen im Internet	52
5.3	Das Internet als Distributionskanal für Telelearning	53
5.4	Die Kommunikationspolitik im Internet	54
5.5	Site Promotion	56
5.5.1	URL – die „Adresse“ im Internet	57
5.5.2	Werbung außerhalb des Internets	57
5.5.3	Suchmaschinen	58
5.5.4	Werbung im Internet	59
5.5.5	Bannertausch	60
5.6	Controlling und Erfolgsmessung	60
5.6.1	Quantitative Erfolgsmessung	61
5.6.2	Qualitative Erfolgsmessung	62
6	Restriktionen der Web-Academy	63
6.1	Technologische Restriktionen	63
6.2	Restriktionen durch den Nachfrager	64
6.3	Rechtliche Rahmenbedingungen	65
6.4	Wirtschaftlichkeit	65
7	Zusammenfassung und Ausblick	67

Literaturverzeichnis	69
Glossar	72
Anhang	76
Anhang A Studienangebot der Fachhochschule Gelsenkirchen.....	77
Anhang B Übersicht Master Studiengänge	79
Anhang B1 MBA bzw. Master Programme deutscher Hochschulen	80
Anhang B2 MBA bzw. Master Programme in Europa (Auswahl)	86
Anhang B3 MBA-Programme in den USA.....	88
Anhang C Umfragen und Studien zum Internet (Auswahl)	90
Anhang D Suchmaschinen im Internet (Auswahl).....	92
Anhang E Darstellung der behandelten Internetseiten	94

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abbildung 1 – Module des MBA in Entrepreneurial Studies.....	18
Abbildung 2 – Entwicklung der Internet Server (Hosts).....	21
Abbildung 3 – Hierarchische und Hyperarchische Strukturen.....	26
Tabelle 1 – Modell der 5 K des Gruppenlernen einer webbasierten Lernumgebung	28
Tabelle 2 – Pros und Kontras des Einsatz von Telelearning.....	30
Abbildung 4 – Einordnung der Web-Academy ins Zielsystem der Fachhochschule	35
Tabelle 3 – Ziele des MBA-Studiengangs	37
Abbildung 5 – Struktur der Web-Academy	40
Tabelle 4 – 5 I für Informationsgestaltung im Internet.....	45
Abbildung 6 – Aufbau der Web-Seiten	46
Abbildung 7 – Modelle der Marketingkommunikation über die traditionellen Massenmedien (links) und über das Internet (rechts).....	55
Darstellung 1 – Homepage der Fachhochschule Gelsenkirchen	94
Darstellung 2 – Homepage des Fachbereichs Wirtschaft in Bocholt der FH Gelsenkirchen	94
Darstellung 3 – Einstiegsseite der Virtuellen Universiät der FernUniversität Hagen.....	95
Darstellung 4 – Homepage der Teleakademie der FH Furtwangen.....	95
Darstellung 5 – Homepage von Global Learning (Deutsche Telekom AG).....	96
Darstellung 6 – Homepage von Akademie.de <die Internet-Akademie>.....	96
Darstellung 7 – Homepage des GEMBA™-Programms.....	97
Darstellung 8 – Homepage von Yahoo! Deutschland.....	97

Abkürzungsverzeichnis

a. a. O.	am angeführten Ort
AACSB	American Assembly of Collegiate Schools of Business
AMBA	Association of MBA's
BDA	Bund deutscher Arbeitgeber
CBT	Computer Based Training
DFN	Deutsches Forschungsnetz
DIHT	Deutscher Industrie und Handelstag
efmd	European Foundation for Management Development
evtl.	eventuell
FH	Fachhochschule
FIBAA	Foundation for International Business Administration Accrediation
FTP	File Transfer Protocol
GCU	Glasgow Caledonian University
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GVU	Graphic, Visualization & Usability Center
HFS	Highly Frequently Sites
html	Hypertext Markup Language
http	Hypertext Transfer Protocol
i. d. R.	in der Regel
IRC	Internet Relay Chat
luKDG	Informations- und Kommunikationsdienste-Gesetz
MA	Master of Arts
MBA	Master of Business Administration
MSc	Master of Science
TdW	Typologie der Wünsche
USP	Unique Selling Proposition
usw.	und so weiter
VRML	Virtual Reality Modelling Language
z. B.	zum Beispiel
ZVS	Zentralstelle zur Vergabe von Studienplätzen

Hinweise zur CD-ROM

Zu dieser Diplomarbeit ist zusätzlich eine CD-ROM erhältlich. Sie enthält folgende Features:

- Diplomarbeit im Hypertextformat (html)
- Sämtliche verwendete Abbildungen und Darstellungen (teilweise in Farbe)
- Links zu den in dieser Arbeit angesprochenen Internetseiten
- Verzeichnis von Suchmaschinen im Internet
- Beschreibung der einzelnen Module des geplanten Masters of Business Administration (MBA) in Entrepreneurial Studies an der Fachhochschule Gelsenkirchen

Für die Benutzung der CD-ROM benötigen Sie einen PC mit Windows 95 oder 98 bzw. Windows NT 4.0 oder höher mit installiertem Internet-Browser (z. B. Netscape Navigator oder Internet Explorer von Microsoft).

Diese CD-ROM können Sie direkt beim Autor dieser Diplomarbeit zu einer Schutzgebühr von DM 20,00 (EURO 10,12) beziehen. Bitte bestellen Sie die CD-ROM per Email über die folgende Adresse:

stb@topmail.de

oder schreiben Sie an:

Stefan Brombach
Esbergweg 27
D-58509 Lüdenscheid

oder

Stefan Brombach
22, Willowbank Crescent
GB- Glasgow • G3 6 NB

