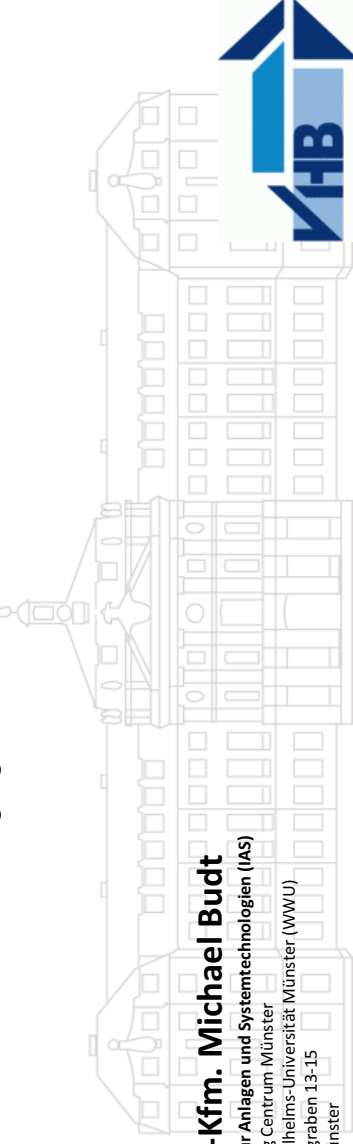


Der Einsatz medial gestützter Fallstudien in der Lehre

Arbeitstagung des VHB in Graz, 12. November 2010



Dipl.-Kfm. Michael Budt
Institut für Anlagen und Systemtechnologien (IAS)
Marketing Centrum Münster
Westf. Wilhelms-Universität Münster (WWU)
Am Stadtgraben 13-15
48143 Münster
Germany

© IAS 2010

Inhalt

Vorteile einer medial gestützten Fallstudie in der Hochschullehre

Varianten der medialen Unterstützung in Fallstudien

Vorgehen bei der Erstellung einer medial gestützten Fallstudie

Praxisbeispiel

Inhalt

Vorteile einer medial gestützten Fallstudie in der Hochschullehre

Varianten der medialen Unterstützung in Fallstudien

Vorgehen bei der Erstellung einer medial gestützten Fallstudie

Praxisbeispiel

Was ist eine medial gestützte Fallstudie?

Van den Berg & Visscher-Voerman (2000)
in: Education and Information
Technologies:

„Multimedia cases intend to bring about
fundamental changes [...] by bridging the
gap between theory and practice.“

Bolz (2002) in: ECIS:

„...changing the focus from pure
knowledge transfer to a reality-
oriented and action-driven teaching
and learning approach.“



Durch die mediale Unterstützung von Fallstudien, z. B. in Form von **Online-Applikationen, Bildern, Videos** oder **Tonsequenzen**, wird ein hohes Maß an Anschaulichkeit und Realitätsnähe erzeugt. Dies bietet – oft sogar durch **komplette Simulationen** – zahlreiche unterschiedliche Lehr- und Übungsmöglichkeiten. Auf diese Weise es ist möglich, **identische und wiederholbare Lern-, Übungs- und Prüfungsbedingungen** für viele Lernende zur Verfügung zu stellen.

Durch die *Integration medialer Elemente* in einer Fallstudie ergeben sich *zahlreiche Vorteile*:

- + **Höhere Realitätsnähe** durch die Integration verschiedener medialer Elemente
- + Möglichkeit der Umsetzung von **verschiedenen Interaktivitätsstufen**, von nonverbaler Kommunikation bis hin zur vollständigen Simulation
- + Möglichkeit eines **modularen Aufbaus** und **Erzeugung verschiedener Case-Szenarien**
- + Möglichkeit, **verschiedene Lösungspfade** zu gestalten und somit die **Aufbereitung von voneinander abhängigen Problemstellungen**
- + Langfristig **einfache Integration von inhaltlichen und technologischen Adaptionen und Aktualisierungen** (z. B. durch Aufbau einer entsprechenden Datenbank)
- + Möglichkeit der **Integration von eigenen Erhebungen oder Fokusgruppengesprächen**, die durch die Studierenden durchgeführt werden
- + **Didaktisch hochwertige Aufarbeitung** von betriebswirtschaftlich komplexen Problemstellungen durch hochwertige multimediale Elemente
- + **Aktive Unterstützung des Lernfortschritts** sowie **Steuerung und Strukturierung des Lernprozesses** bei Studierenden
- + **Erhöhte Aufmerksamkeit**, da sich die Studierenden vorher nicht zwangsweise durch Einlesen vorbereiten müssen

Inhalt

Vorteile einer medial gestützten Fallstudie in der Hochschullehre

Varianten der medialen Unterstützung in Fallstudien

Vorgehen bei der Erstellung einer medial gestützten Fallstudie

Praxisbeispiel

- **Texte / PDF-Dateien**
- **Videosequenzen:**
 - Speziell für den Case aufgenommen (z. B. Statements von Geschäftsführern, Bereich- und Abteilungsleitern, Gruppendiskussionen, etc.)
 - Aus bestehendem Sekundärmaterial zusammengeführt (z. B. via Podcast)
- **Arbeitstools:**
 - Excel-Tabellen und sonstige Office-Dokumente
 - Literatur und sonstige Studien
 - Geschäftsberichte und sonstige Unternehmensdokumente
- **Interaktive Tools:**
 - Gruppenarbeitstools
 - Chat-Applikationen per Windows Messenger, ICQ, etc.
 - Video-Konferenzen per Skype-Einbindung
 - Pfadabhängiger Content-Zugriff (Bereitstellung gruppenspezifischer Informationen)
 - Homepages, Online-Blogs, Internet-Foren, Social Networks, etc.
- **Datenplattform** → Hinterlegung der multimedialen Fallstudienlösungen (Gruppenarbeiten) als digitaler Content

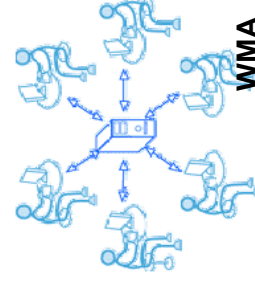
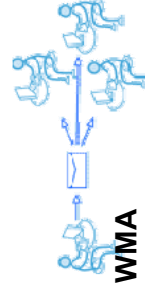
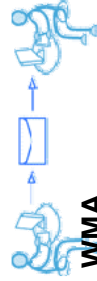


Zusammenführung der monomedialen Bestandteile zu einem multimedialen Gesamtbild!

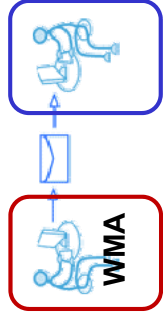
Die Studierenden melden sich bei einem vorgegebenen Chat-Tool an (einzeln oder in Gruppenform) und können in vorgegebenen Zeitfenstern mit einer Person aus der Fallstudie direkt kommunizieren (abgebildet durch einen Wiss. Mitarbeiter).

Verschiedene Möglichkeiten sind denkbar:

1. Der Mitarbeiter chattet mit 1 Gruppe im Dialog.
2. Der Mitarbeiter chattet mit mehreren Einzelteilnehmern oder Gruppen gleichzeitig.
3. Ausgewählte oder alle Gruppen / Studierenden chatten miteinander. Der Mitarbeiter kommentiert ggf.



Variante 1:



Der Mitarbeiter chattet mit 1 Gruppe im Dialog.

Dr. Wagnerhausen (12.11.2010, 15.35h): Nun, dies ist nicht so einfach zu beantworten. Wir verwenden unterschiedliche Verfahren, größtenteils greifen wir jedoch auf die ABC-Umsatz-Analyse und somit auf das Kriterium „Umsatz“ zurück.

Gruppe 1 (12.11.2010, 15.34h): Welche Segmentierungskriterien liegen der Kundensegmentierung beiliegen zugrunde?

Dr. Wagnerhausen (12.11.2010, 15.32h): Liebe Gruppe 1, die Zeit nehme ich mir sehr gerne. Vor allem, weil das Thema „Kundensegmentierung“ sowohl für das Unternehmen als auch für unsere Abteilung zentral ist. Welche Fragen kann ich Ihnen denn beantworten?

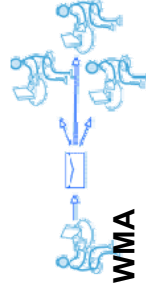
Gruppe 1 (12.11.2010, 15.30h): Sehr geehrter Herr Dr. Wagnerhausen, erst einmal herzlichen Dank dafür, dass Sie sich Zeit für uns genommen haben. Wir haben nun einige Fragen zur Kundensegmentierung, welche von Ihrer Abteilung durchgeführt wird.

Gruppe 1: Welche weiteren Verfahren finden in Ihrer Abteilung bzw. in Ihrem Unternehmen Verwendung?

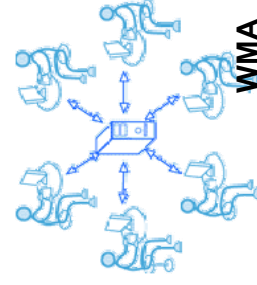
Die Studierenden melden sich bei einem vorgegebenen Chat-Tool an (einzeln oder in Gruppenform) und können in vorgegebenen Zeitfenstern mit einer Person aus der Fallstudie direkt kommunizieren (abgebildet durch einen Wiss. Mitarbeiter).

Verschiedene Möglichkeiten sind denkbar:

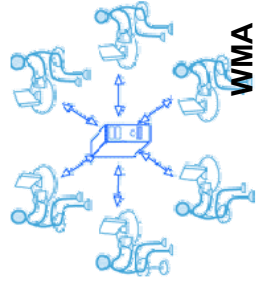
1. Der Mitarbeiter chattet mit 1 Gruppe im Dialog.
2. Der Mitarbeiter chattet mit mehreren Einzelteilnehmern oder Gruppen gleichzeitig.



3. Ausgewählte oder alle Gruppen / Studierenden chatten miteinander. Der Mitarbeiter kommentiert ggf.



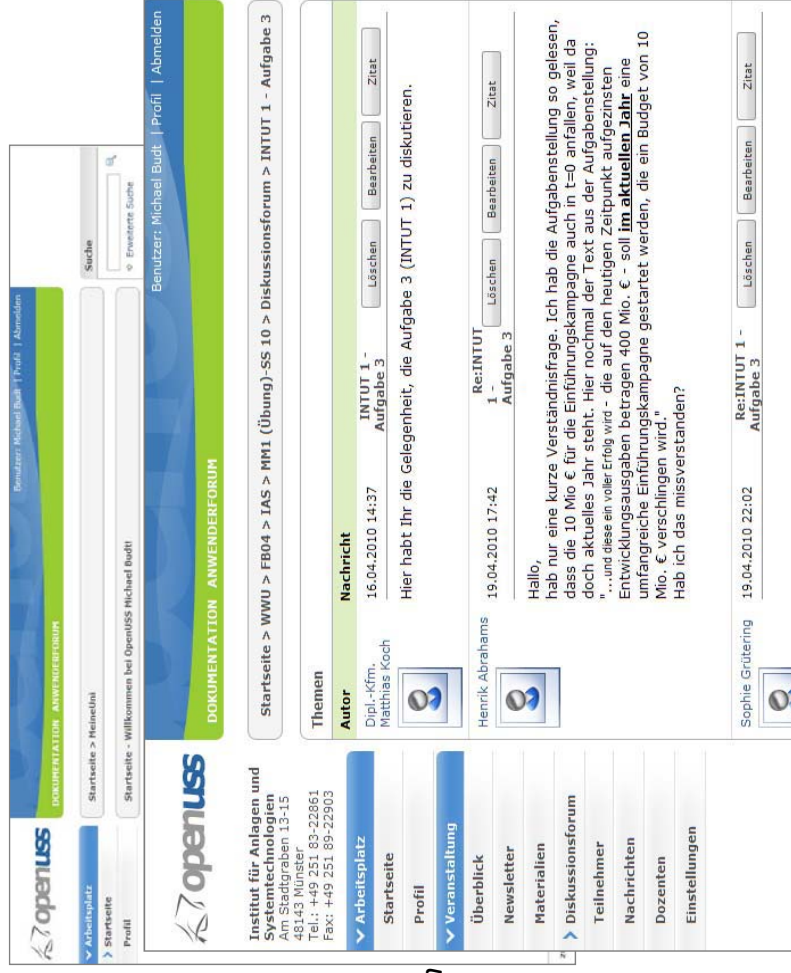
Variante 3:



WMA

*Ausgewählte oder alle
Gruppen / Studierender
chatten miteinander.
Der Mitarbeiter
kommentiert ggf.*

[Bsp. aus dem Internet-Tutorium zur
Vorlesung „Marketing 1“, BWL-
Bachelorstudium WWU Münster,
SS2010: 628 Diskusstionsteilnehmer]



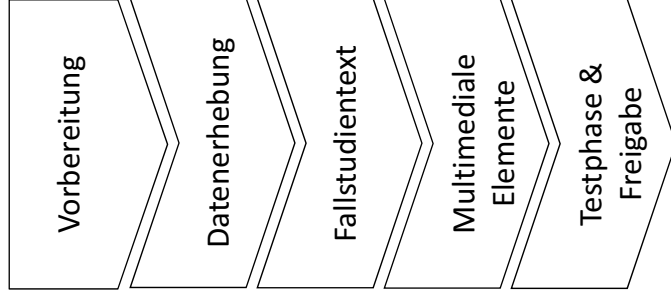
Inhalt

Vorteile einer medial gestützten Fallstudie in der Hochschullehre

Varianten der medialen Unterstützung in Fallstudien

Vorgehen bei der Erstellung einer medial gestützten Fallstudie

Praxisbeispiel



- Erste Informationsgespräche sowie Festlegung von Fallstudiencharakter, inhaltlicher Schwerpunkte, Fallstudiendidaktik und multimedialer Elemente
- Zeitplanung der Fallstudienerstellung
- Erhebung relevanter Informationen (ggf. in Kooperation mit den entsprechenden Fachabteilungen des Unternehmens)
- Ggf. Führen von Interviews, Analyse und Auswertung von bereits vorhandenen Materialien
- Ausformulierung der Fallstudie auf Basis der bisherigen Informationen
- Fließtext inkl. Anhang
- Erstellung der multimedialen Elemente sowie der interaktiven Tools
- Nutzergerechte und didaktische Verknüpfung aller Inhalte anhand einer multimedialen Benutzeroberfläche
- Bereitstellen der Informationen auf ausgewähltem Medium (Online, DVD, etc.)
- Prüfung der finalen multimedialen Fallstudie auf Plausibilität und Richtigkeit
- Kurze Testphase
- Freigabe der Fallstudie (ggf. auch durch das Unternehmen)



Zeitrahmen ca. 3-6 Monate (abhängig von Auswahl multimedialer Elemente sowie ggf. Kooperationsbereitschaft des Unternehmens)

Inhalt

Vorteile einer medial gestützten Fallstudie in der Hochschullehre

Varianten der medialen Unterstützung in Fallstudien

Vorgehen bei der Erstellung einer medial gestützten Fallstudie

Praxisbeispiel

