

Vorgestellt: Die „Mobile University SRH Fernhochschule Riedlingen“

Mobile Learning in den Studiengängen Medien- und Kommunikationsmanagement B.A./M.A.

SRH Fernhochschule Riedlingen – Teil eines Bildungs- und Gesundheitskonzerns

Die staatlich anerkannte SRH Fernhochschule Riedlingen wurde als erste deutsche Fernhochschule vom Wissenschaftsrat für die Dauer von zehn Jahren institutionell akkreditiert. Getragen wird die Hochschule durch die Stiftung Rehabilitation Heidelberg (SRH), einer privaten, gemeinnützigen Stiftung mit Sitz in Heidelberg. Die SRH Fernhochschule Riedlingen ist damit Teil eines Konzerns, in dem über 9.000 Mitarbeiter an bundesweit 56 Standorten das Ziel verfolgen, die Lebenschancen und die Lebensqualität der Menschen durch Bildungs-

und Gesundheitsdienstleistungen zu verbessern und die Weiterentwicklung des Bildungs- und Gesundheitswesens zu fördern.



Prof. Dr. Alfred-Joachim Hermanni

Studiengangsleiter Medien- und Kommunikationsmanagement B.A./M.A.
SRH Fernhochschule Riedlingen
alfred-joachim.hermann@hs-riedlingen.de

Schlüsselbegriffe: Mobile University | Blended Learning | eCampus | Mobiles Lernen | MuK-Blog

Medien- und Kommunikationsmanagement – ein multimediales Studium

An der SRH Fernhochschule sind im Jahr 2015 rund 400 Studierende im Bachelor- beziehungsweise Master-Studiengang Medien- und Kommunikationsmanagement (MuK) immatrikuliert. Insgesamt sind über 3.000 Studierende in unterschiedlichen Studiengängen an der Hochschule eingetragen. Der Anteil der berufstätigen Studierenden liegt bei circa 95 %, wobei etwa 10 % der Studierenden im Ausland leben und von dort aus studieren.

Bei allen mobilen Studiengängen wie Medien- und Kommunikationsmanagement wird das iPad als Lerninstrument eingesetzt. Alle Lerninhalte können digital über das iPad abgerufen werden – Studierende lernen, wo und wann immer sie wollen. Um die Studienmaterialien als PDF über iTunes (die SRH Private-Site) herunterladen zu können, installieren die Studierenden lediglich ein Programm auf ihrem Rechner. Aktuelle und zusätzlich herausgegebene Fachartikel – auch ggf. in englischer Sprache – ergänzen das Studienmaterial ebenso wie computergestützte Medien, wie multimediale Lerneinheiten zu speziellen Themen oder aufgezeichnete Vorträge. Im Rahmen des Studiums werden u. a. die Tools iBooks, Connect, WebEx und First Class Mobile eingesetzt,

die den Studierenden über den App-Store kostenlos zur Verfügung gestellt werden.

Die Studierenden können eCampus, die zentrale Informations- und Kommunikationsplattform, und Intranet permanent nutzen. Durch die individuell belegbaren Module passen die Studierenden des Bachelor-Studiengangs die Prüfungstermine und Lernphasen an ihre Bedürfnisse an und stimmen diese mit den Anforderungen des Arbeitsplatzes und den Freizeitinteressen ab. Das Modulangebot der MuK-Studiengänge deckt ein breites Spektrum an innovativen Medien-, Marketing- und Kommunikationsthemen ab.

Die Rahmenbedingungen lassen sich wie folgt umreißen:

- Mobiles Lernen auf dem iPad mit ePubs, Online-Quizzes, Online-Vorlesungen, RSS-Feeds etc. rund um die Uhr und weltweit
- Kombination und Weiterentwicklung multimedialer Lerninhalte sowie Lernerfolgsmessungen
- eCampus als zentrales Kommunikationssystem der Hochschule inklusive Zugang zu den Online-Bibliotheken, Materialdownload, Aushängen, Foren, Chat und Mail-Client.

Das Riedlinger Studienmodell

Innerhalb der MuK-Studiengänge werden akkreditierte Studieninhalte mit dem flexiblen Einsatz neuer Medien kombiniert und konsequent auf papierloses Studieren und den Einsatz multimedialer Studienmaterialien gesetzt. Insofern bestehen die Lerninhalte nicht aus PDF-Dokumenten, sondern aus auf Tablets bereitgestellten, bearbeitbaren Electronic Publications (ePubs), die neben schriftlichen Informationen Podcasts, Videos und interaktive Self-Assessments enthalten, welche nicht separat vorgehalten werden, sondern innerhalb der Dokumente an den entsprechenden Stellen integriert sind.

Das Riedlinger Modell ist ein Blended-Learning-Ansatz und sieht drei mediale Wege vor, auf denen Wissen, Know-how und Skills vermittelt werden:

- Selbststudium: Studienmaterialien (digital) und computergestützte Medien (eLearning)
- Präsenzveranstaltungen
- Betreuung der Studierenden.

Selbststudium

Der überwiegende Teil der Studienleistung wird durch die Bearbeitung der Selbststudienmaterialien erbracht (circa 70 Prozent). Die Selbstlernmaterialien, die für das Fernstudium entwickelt und effektiv didaktisiert werden, erleichtern den Studierenden die Erschließung eines Inhaltsgebietes. In den Modulen kommen Studienmaterialien zum Einsatz, die von den Professoren oder von durch die Hochschule beauftragten Autoren unter fachlicher Aufsicht des jeweiligen modulverantwortlichen Professors der Hochschule verfasst wurden. Durch Lernziele, Übungsaufgaben und Lösungen in jedem Kapitel sind sie didaktisch aufbereitet, sodass sie sich besonders gut für ein Selbststudium eignen. Die digitalisierten Studienbriefe sind didaktisch als Selbstlernmaterial aufbereitet. Pro Semester bearbeiten die Studierenden circa 1.200 Seiten. Die MuK-Studiengänge sind mit 25 Arbeitsstunden pro Credit Point ausgewiesen und mit einem wöchentlichen Workload von circa 25 bis 30 Arbeitsstunden je nach eigener Lernsituation.

Präsenzveranstaltungen

Die Hochschule verfügt bundesweit über 12 Standorte (die Studienzentren befinden sich in Berlin, Dresden, Düsseldorf, Ellwangen, Hamburg, Hannover, Heidelberg, Köln, Lörrach-Zell, München, Riedlingen und Stuttgart). An drei Wochenenden pro Semester finden Präsenzveranstaltungen statt (an unterschiedlichen Standorten). Im Rahmen der Veranstaltungen werden aktuelle Themen im Zuge des Praxistransfers erörtert, Skills und Personal Development gefördert und kommt ein Austausch mit den Kommilitonen und Dozenten zustande. Die Präsenzveranstaltungen sind bei dem Riedlinger Modell mit circa 20 Prozent Zeitaufwand veranschlagt.

eCampus

Auf dem eCampus, der circa zehn Prozent der Studienzeit beansprucht, haben die Studierenden einen direkten Kontakt zu Dozenten, Professoren und der Verwaltung. Hier können auch Studieneinheiten und ein breites Angebot von Übungsaufgaben sowie zusätzlichen Materialien abgerufen werden. Wichtige Dokumente wie Studien- und Prüfungsordnungen, Durchführungsverordnungen und Leitfäden zum wissenschaftlichen Arbeiten stehen ebenfalls über den eCampus zur Verfügung. Die Studierenden bilden auf dem eCampus Lerngruppen und nutzen das Angebot der Onlinebibliotheken.

Der Zugang zum eCampus kann über Client-Software (First Class Mobile) oder über den Internetbrowser gewählt werden. Über den eCampus, der den „virtuellen Hörsaal“ integriert, haben die Studierenden Zugang zur persönlichen Mailbox, zu dem Semesterordner (zu den Modulen), zum Studiengangsordner, zu Allgemeinen Informationen aus der Hochschule bzw. den 12 Studien-/Prüfungszentren, zu Literaturdatenbanken (WISO, STATISTA und EBSCO) und zu iTunesU. Alle Studienmaterialien stehen über den eCampus bzw. iTunesU für die Studierenden bereit. Nach dem Motto „Campus ist da, wo Sie sind“, können die Studierenden den eCampus auch über die eCampus-App auf ihrem Smartphone erreichen.

Die Kontaktaufnahme außerhalb der Präsenzphasen – zu allen Stellen und Personen an der SRH Fernhochschule Riedlingen – erfolgt vornehmlich telefonisch oder über den eCampus. Offizielle Sprechstunden im Sinne einer zeitlichen Einschränkung der Kontaktaufnahme bestehen nicht, denn die Professoren sind jederzeit – und dies beinhaltet nach Absprache auch den Abend oder das Wochenende – für die Studierenden erreichbar. Sofern im Rahmen der Begleitveranstaltungen Lehrbeauftragte eingesetzt werden, stehen auch diese den Studierenden über den eCampus als Ansprechpartner für fachliche Fragen zur Verfügung.

Online-Bibliotheken

Die Studierenden und Lehrenden haben online über den eCampus uneingeschränkten Zugang zur umfangreichen WISO-Literaturdatenbank mit den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Sozialwissenschaften, Psychologie und WISO-Praxis (inkl. Tageszeitungen online). Damit stehen allen Studierenden mehr als 6,4 Mio. Volltexte aus über 340 Zeitschriften; über 4,4 Mio. Literaturnachweise; mehr als 60 Mio. Artikel aus der Tages- und Wochenpresse sowie mehr als 34 Mio. Unternehmensinformationen zur Verfügung. Als zweite umfangreiche Online-Literatur-Datenbank besitzen alle Studierenden uneingeschränkten Zugang zu ‚Business Source® Elite‘ (EBSCO), die Veröffentlichungen zu Themenbereichen wie Rechnungswesen, Bankwesen, Finanzwesen, internationales Geschäftswesen, Marketing, Vertrieb usw. umfasst. Die Datenbank bietet Volltextversionen von ca. 1.100 Wirtschaftszeitschriften und beinhaltet umfangreiche PDF-Dateien von 150 Titeln. Die SRH Fernhochschule Ried-

Forschung + Lehre

lingen verfügt ferner über eine Campuslizenz des Statistik-Portals Statista. Damit besitzen alle Studierenden und Lehrenden IP-basiert direkten und unlimitierten Zugang zu rund 60.000 Statistiken aus über 1.500 renommierten Quellen aus den folgenden Bereichen: branchenspezifische Makrodaten, die Auskunft rund um wesentliche Kennzahlen eines Marktes geben, branchenspezifische Erhebungen zu relevanten Trends und Prognosen zu relevanten Markttreibern, und Studien zum Verhalten von Konsumenten sowie demographische Makrodaten zur Gesellschaft, wissenschaftliche Studien zum Verhalten von Menschen sowie deren Neigungen und Ansichten sowie aktuelle Erhebungen zu gesellschaftlich relevanten Themen.

CampusNet

Parallel zum eCampus verfügt die Hochschule mit den CampusNet über ein weiteres Portal. Dort können sich die Studierenden zu den Veranstaltungen anmelden, Einsicht in die Prüfungsleistungen nehmen, Anträge für Bescheinigungen stellen (z. B. für einen Studierendenausweis), Auskunft über den Notenspiegel erhalten oder neue Module buchen.

Begleitveranstaltungen

Die Unterstützung der Studierenden bei der Bearbeitung der Studienmaterialien erfolgt durch verschiedene Formen von Begleitveranstaltungen. In der Regel geht es dabei immer um die Vermittlung von Inhalten im Sinne der Wissensverbreitung und Wissensvertiefung. Darüber hinaus sollen jedoch systemische, instrumentale und kommunikative Kompetenzen instruiert werden. Folgende Typen von Begleitveranstaltungen finden Anwendung:

- Präsenzveranstaltungen: Die an den Studienzentren stattfindenden Präsenzen sind nicht als Vorlesungen konzipiert, in denen Wissen im Frontalunterricht vermittelt wird – die Bereitstellung des Wissens erfolgt im Vorfeld durch die Studienmaterialien – sondern eher als tutorielle bzw. seminaristische Begleitveranstaltungen, in denen offene Fragen geklärt, ausgewählte Aspekte diskursiv vertieft und Übungsaufgaben besprochen werden.
- Aufzeichnungen: Hierbei handelt es sich um Video- oder Audio-Podcasts, die spezifische Themen und ausgewählte Teilbereiche aus den schriftlichen Studienmaterialien erläutern und vertiefen. Diese Aufzeichnungen werden durch die Professoren selbst erstellt und stehen den Studierenden rund um die Uhr zum Download bereit.
- Online-Veranstaltungen: Sie dienen der Vermittlung fachlicher Inhalte und finden an Wochentagen, abends von 19 Uhr bis 21 Uhr statt, um auch berufstätigen Studierenden eine Teilnahme zu ermöglichen. Die Dozenten geben also einen Überblick über die wesentlichen Inhalte der Studienmaterialien und beantworten offene Fragen der Studierenden. Die Online-Veranstaltungen werden aufgezeichnet und stehen anschließend jederzeit zum Abruf bereit.

- Mentoring: Dies dient der Betreuung von Studierenden bei der Bearbeitung individueller Aufgabenstellungen, wie sie z. B. im Rahmen der Praxisprojekte oder der Abschlussarbeit zu lösen sind. Die Betreuung erfolgt nach Absprache mit dem zugeordneten Betreuer online, telefonisch oder auch persönlich.

Prüfungen

An der SRH findet ein kompetenzorientiertes Prüfungssystem mit Klausuren, Hausaufgaben, Einsendeaufgaben, Fallstudien und Einsendepräsentationen Anwendung. Die Studierenden können für die anstehenden Klausuren eines der 12 Prüfungszentren frei wählen. Studierende, die im Ausland leben, legen die Klausuren an einem deutschen Institut (z. B. Goethe-Institut, Deutsche Botschaft) unter einer Aufsicht ab, wobei die dazu erforderlichen Formalitäten zuvor von der SRH erledigt werden.

Praxisbezug

Obwohl es sich bei der SRH Fernhochschule um keine Präsenzuniversität handelt, wird dennoch im Studiengang Medien- und Kommunikationsmanagement ein hoher Praxisbezug hergestellt. So können Studierende bei den Modulen „Theorie-Praxis-Transfer“ und „Praxisprojekt“ praxisnahe Werke als Prüfungsleistung einreichen. Zu den praxisnahen Werken zählen u. a. Konzeption und Erstellung eines Blogs, Konzeption und Gestaltung einer Multimedia-Produktion, Konzeption und Realisierung einer fotobasierten Social Media-Kampagne oder Konzeption und Herstellung eines Kurzfilms. Bei allen praxisnahen Werken muss auch ein theoretisches Konzept vorgelegt werden, das die Problemstellung des Projekts, die Zielsetzung, die Darstellung und die Vorgehensweise aufzeigt.

Der Studiengang ist auf moderne Kommunikationstechniken ausgerichtet. So betreiben MuK-Studierende u. a. einen eigenen MuK-Blog www.muk-blog.de und veranstalten MuK-Events als Netzwerkveranstaltungen. Auch beteiligen sich MuK-Studierende an Wettbewerben und forschen u. a. zum Thema „Elektronische Kurzmitteilungen im Geschäftsverkehr und in der privaten Kommunikation“. Herausragende Arbeiten werden in Absprache mit den MuK-Studierenden der Öffentlichkeit präsentiert.

Fazit

Wenn man die in- und ausländischen Mobile-Learning-Konzepte mit dem Angebot der SRH Fernhochschule Riedlingen vergleicht, erschließen sich folgende Unterscheidungsmerkmale:

- Die SRH Fernhochschule Riedlingen hat ein eigenes Blended Learning-Modell entwickelt, das aus Selbststudium, intranetbasiertem Kommunizieren und Lernen sowie Begleitveranstaltungen besteht.

- An der SRH Fernhochschule Riedlingen werden die Studieninhalte über ein iPad zur Verfügung gestellt (funktioniert auch über PC oder Laptop). Die Studiengänge MuK und MBA waren 2011 bzw. 2013 die ersten Pilotprojekte in Deutschland, die multimediales Lernen auf iPad angeboten haben.
- Die Studieninhalte an der SRH werden multimedial mit Texten, Podcasts und Videos aufbereitet – auch kommen Computersimulationen in den technischen Studiengängen zum Einsatz. Bei den virtuellen Vorlesungen können sich die Studierenden interaktiv via Chat und Headset beteiligen.
- In 2014 wurde ein Projekt „Hochschule 2018“ vorgestellt, das folgende Neuerungen in den kommenden drei Jahren bereitstellt: das Content-Management-System (CMS), das alle Lehrinhalte umfasst, wird mit einem interaktiven Learning-Management-System (LMS) verknüpft. Letzteres erstellt individuelle Lernpfade und gibt konkrete Hinweise auf Wissenslücken. Die Studierenden können den Wissensstand im Rahmen von computergestützten Self-Assessments testen.

Impressum

Herausgeber:

Prof. Dr. Martin Gläser,
Hochschule der Medien Stuttgart
Prof. Dr. Thomas Hess,
Ludwig-Maximilians-Universität München
Prof. Dr. Frank Lobigs,
Technische Universität Dortmund
Prof. Dr. Insa Sjurts,
Zeppelin Universität Friedrichshafen

Schriftleitung:

Prof. Dr. Martin Gläser (verantwortlich),
Hochschule der Medien, Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart

Verlag:

New Business Verlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
Tel. 040 – 609 009-0
Fax 040 – 609 009-15
e-Mail: info@new-business.de

Verleger: Peter Strahlendorf

Kfm. Geschäftsführung: Antje-Betina
Weidlich-Strahlendorf

Koordination: Volker Scharninghausen

Projektbetreuung: Natascha Przegenda

Layout: Anne Allert, Daniela Rocksin

Design: Nina Leinemann

Vertrieb: Angelika Schmidt

Anzeigen: Jens Jansen (verantwortlich),
New Business Verlag GmbH &
Co. KG,
Nebendahlstraße 16,
22041 Hamburg

Anzeigendisposition: Victoria Larson

Druck und Lithos: Lehmann Offsetdruck GmbH,
Gutenbergring 39,
22848 Norderstedt

Bezugsbedingungen: Jahresabonnement 78,- Euro (zzgl.
Versandkosten und USt.), Studentenabonnement 49,-
Euro (zzgl. Versandkosten und USt.). Das Abonnement
verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht
mit einer Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugszeit-
raumes schriftlich gekündigt wird.

Erscheinungsweise: 4-mal jährlich

Namentlich gekennzeichnete Artikel müssen nicht die
Meinung der Herausgeber/Redaktion wiedergeben. Un-
verlangt eingesandte Manuskripte – für die keine Haftung
übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvor-
schlag zu den Bedingungen des Verlages. Es werden nur
unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Ver-
fasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden re-
daktionellen Bearbeitung einverstanden.

ISSN 1613-0669

Titelfotos: von oben nach unten: ahmet emre yilmaz
- Fotolia; skvoor - Fotolia; iStock Photo -ymgerman;
morganisation - Fotolia

Termine

Seminare/Kongresse/Tagungen

OKTOBER 2015

07.10.2015 – 08.10.2015	NEOCOM
DÜSSELDORF	Kongress und Messe für den Interaktiven Handel
14.10.2015 – 18.10.2015	FRANKFURTER BUCHMESSE
FRANKFURT AM MAIN	Ausstellungs- und Messe GmbH des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels
15.10.2015 – 17.10.2015	METHODISCHE ZUGÄNGE ZUR ERFORSCHUNG VON MEDIENSTUKTUREN, MEDIENORGANISATIONEN UND MEDIENSTRATEGIEN
ZÜRICH	Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) Universität Zürich, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung (IPMZ)
21.10.2015 – 23.10.2015	29. MEDIENTAGE MÜNCHEN
MÜNCHEN	ICM/Messe München
23.10.2015, 10:00-11:00 UHR	29. MEDIENTAGE MÜNCHEN
MÜNCHEN	Panel Bayerischer Rundfunk/MedienWirtschaft Forum Medienmanagement: Crossmediale Steuerung von TV- und Radiounternehmen – Wege zu mehr Wirkungsorientierung ICM/Messe München, P341

NOVEMBER 2015

01.11.2015	TV 2.0 SUMMIT 2015
ZÜRICH	Führender Schweizer Kongress zur Zukunft des Mediums Fernsehen Veranstalter: TV 2.0 Summit
03.11.2015	DIGITAL MEEDIA MINDS – Medien machen Zukunft
HAMBURG	Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt / meedia
17.11.2015 – 18.11.2015	BEWEGTBILD-GIPFEL 2015
MÜNCHEN	Megatrend Bewegtbild – Was ist Hype und was ist Zukunftsmodell? dfv Conference Group / Horizont
17.11.2015	STUTTGARTER MEDIENKONGRESS
STUTTGART	Medien – paradiesische Zeiten? Inhalte und Marken anders erzählen und neu erleben Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg / Hochschule der Medien Stuttgart

DEZEMBER 2015

03.12.2015	DEUTSCHER MARKETING TAG
STUTTGART	Individualisierung 4.0 Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt / absatzwirtschaft
10.12.2015	HUB CONFERENCE – Internationaler Trendkongress
BERLIN	BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.

JANUAR 2016

20.01.2016 – 21.01.2016	DEUTSCHER MEDIENKONGRESS 2016
FRANKFURT AM MAIN	Wandeln oder weichen – Zukunftsstrategien in der disruptiven Medienwelt dfv Conference Group / Horizont