

1	ONLINE LEARNING: POTENZIALE UND HERAUSFORDERUNGEN	11
2	KURSPERSPEKTIVE: SOCIAL ONLINE LEARNING FÖRDERN	21
2.1	SOZIALE LERNAKTIVITÄTEN DURCH LERNPLATTFORM ERMÖGLICHEN	23
2.1.1	Online-Funktionen	24
2.1.2	Online-Lernmaterialien	28
2.1.3	Kommunikationstools	32
2.1.4	Technische Gestaltung	36
2.2	SOZIALE LERNAKTIVITÄTEN BEI KURSGESTALTUNG BERÜCKSICHTIGEN	40
2.2.1	Interaktionspunkte im Kursaufbau	41
2.2.2	Steuerung der Kommunikation	46
2.3	SOZIALE LERNAKTIVITÄTEN BEI KURSTEILNEHMERN INDIVIDUELL FÖRDERN	50
2.3.1	Motivationsstypen	50
2.3.2	Lernstile	54
2.3.3	Selbstregulationsfähigkeit	58
3	MARKTPERSPEKTIVE: VON BESTEHENDEN ANGEBOTEN LERNEN	63
3.1	ONLINE-LEARNING-MARKT VERSTEHEN	66
3.2	SOCIAL-ONLINE-LEARNING-ANGEBOTE ÜBERBLICKEN	70
4	UMSETZUNG: DER „ONLINE INDUSTRIEMEISTER“	75
4.1	KURSSTRUKTUR UND -ABLAUF	76
4.1.1	Anmeldephase	77
4.1.2	Vorbereitungsphase	81
4.1.3	Inhalts-Module	83
4.1.4	Prüfungsvorbereitungs-Module	92

4.2	AUFBAU DER LERNPLATTFORM	95
4.2.1	Online-Funktionen	96
4.2.2	Online-Lernmaterialien	105
4.2.3	Kommunikationstools	111
4.2.4	Technische Ausgestaltung	117
5	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	121
	LITERATURVERZEICHNIS	125
	ANHANG A: GLOSSAR	143
	ANHANG B: PUBLIKATIONEN, FORSCHUNGS- UND RECHERCHEARBEITEN	151
	B.1 Wissenschaftliche Beiträge	152
	B.2 Konferenzbesuche und Fachmessen	153
	B.3 Wissenschaftliche Forschungsseminare	155
	B.4 Abschlussarbeiten	157
	B.5 Studierendenprojekte	158