

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Wie kommt das Drehbuch vom Film zum eLearning? . . . . .</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Wer bezieht Stellung bei der Produktion von eLearning? . . . . .</b>	<b>3</b>
2.1	Projektphasen im Überblick. . . . .	4
2.2	Die „Macher“ stellen sich vor . . . . .	9
	Literatur. . . . .	12
<b>3</b>	<b>Briefing: Welche Inhalte sollen ins Drehbuch? . . . . .</b>	<b>13</b>
3.1	Vorbereitungen. . . . .	14
3.2	Das Briefing ist Teamarbeit . . . . .	23
3.3	Aspekte der Beratung. . . . .	30
3.4	Die Drehbuchabnahme. . . . .	48
	Literatur. . . . .	53
<b>4</b>	<b>Konzeption: Wie kommt Struktur in die Inhalte? . . . . .</b>	<b>55</b>
4.1	Das Grobkonzept . . . . .	56
4.2	Feinkonzept . . . . .	81
4.3	Pflichtenheft . . . . .	86
	Literatur. . . . .	87
<b>5</b>	<b>Wie sieht ein gutes eLearning-Drehbuch aus? . . . . .</b>	<b>89</b>
5.1	Welche Bestandteile hat ein Drehbuch?. . . . .	90
5.2	Texten für eLearning . . . . .	93
5.3	Visualisierungstypen . . . . .	107
5.4	Aufgaben . . . . .	112
5.5	Lernvideos . . . . .	120
5.6	Mit welchen Werkzeugen erstellt man ein Drehbuch?. . . . .	137
5.7	Lernpsychologie. . . . .	144
5.8	Wie bereite ich multimediale Elemente didaktisch sinnvoll auf? . . . . .	150
	Literatur. . . . .	154

<b>6</b>	<b>Mobile Learning</b>	155
6.1	Bedeutung und Verbreitung	155
6.2	Begriff und Abgrenzung	157
6.3	Didaktische Aspekte von Mobile Learning	160
6.4	Technische Aspekte von Mobile Learning	162
6.5	Vor- und Nachteile	165
6.6	Mobile Learning in der Praxis	165
6.7	Gesamtkonzept für eine Mobile-Learning-Anwendung	171
	Literatur	177
<b>7</b>	<b>Wie organisiere ich die Arbeit am Drehbuch?</b>	179
7.1	Gestaltung von Angebot und Vertrag	180
7.2	Effektives Zeitmanagement im Projekt	184
7.3	Quellen und Archivierung	187
7.4	Wie behalte ich den Überblick bei Korrekturen und Versionen?	189
	Literatur	190
<b>8</b>	<b>Woran erkenne ich einen guten „Medienautor“?</b>	191
8.1	Welche Kompetenzen bringt der Medienautor mit?	191
8.2	Wie sieht es mit den Rechten und Pflichten aus?	193
8.3	Neukundengewinnung als freier Medienautor	202
	Literatur	205
<b>9</b>	<b>Weiterführende Informationen</b>	207
9.1	Auswahl des Produzenten	207
9.2	Auswahl der Werkzeuge	210
9.3	Partner und Referenzunternehmen	212
9.4	Aus- und Weiterbildung für Medienautoren und Projektleiter	214
9.5	Stellenmärkte im Internet	215
<b>10</b>	<b>Checklisten</b>	217
10.1	Evaluation Produktionsverlauf	217
10.2	Evaluation Transferleistung durch das Lernprogramm	219
10.3	Faktenblatt Auftraggeber	220
10.4	Fragenkatalog an den Auftraggeber	221
10.5	Vorbereitung auf das Briefing durch den Auftraggeber	221
10.6	Teamarbeit im Briefing	225
10.7	Fragearten und -techniken	226
10.8	Technische Einrichtungen und Spezifikationen	227
10.9	eLearning auswählen	228
10.10	Drehbuchabnahme	228
10.11	Change-Request-Formular	232
10.12	Standards für eLearning	233
10.13	Fragebogen an die Zielgruppe	235

---

10.14	Zielgruppenanalyse . . . . .	236
10.15	Seitengestaltung . . . . .	237
10.16	Grobkonzept . . . . .	238
10.17	Feinkonzept . . . . .	239
10.18	Bildgestaltung . . . . .	239
10.19	Feedback . . . . .	240
10.20	Informationsgespräch Angebot . . . . .	241
	Literatur . . . . .	242
	<b>Danksagung</b> . . . . .	243
	<b>Glossar</b> . . . . .	245
	<b>Weiterführende Literatur</b> . . . . .	253
	<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	257