

Didaktische Prinzipien für E-Learning

**Christopher Gardner
Sebastian Thielen**

Didaktische Prinzipien für E-Learning

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar

ISBN 978-3-86573-881-3

© 2015 Wissenschaftlicher Verlag Berlin

Olaf Gaudig & Peter Veit GbR

www.wvberlin.de / www.wvberlin.com

Alle Rechte vorbehalten.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, auch einzelner Teile, ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Dies gilt insbesondere für fotomechanische Vervielfältigung sowie Übernahme und Verarbeitung in EDV-Systemen.

Druck und Bindung: SDL – Digitaler Buchdruck, Berlin

Printed in Germany

€ 22,00

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	7
Tabellenverzeichnis	7
1. Einleitung	9
2. Didaktik.....	13
3. E-Learning	17
3.1 Definition	17
3.2 Methodische und organisatorische Formate.....	19
3.3 Weitere Begriffe	20
3.4 Geschichte des E-Learning.....	23
3.5 Bedeutung und Gründe für E-Learning im Unternehmenskontext.....	26
3.6 Kritik am E-Learning-Begriff	28
4. Lernen	31
4.1 Problemstellung einer Begriffsbestimmung.....	31
4.2 Exkurs: Wissen	34
4.3 Warum der Mensch lernt	36
4.4 Organisationsformen: Formal, non-formal, informell	39
4.5 Lerntheoretische Ansätze	43
4.5.1 Behaviorismus.....	43
4.5.2 Kognitivismus	46
4.5.3 Konstruktivismus	54
4.6 Begriffliche Annäherung	60
4.7 Zusammenfassung	63
4.7.1 Verständnis von Lernen.....	63
4.7.2 Lernen im Kontext von E-Learning.....	65

5.	Lernkompetenz.....	69
5.1	Selbststeuerungskompetenz.....	70
5.2	Kooperationskompetenz.....	72
5.3	Medienkompetenz	73
6.	Computervermittelte Kommunikation.....	77
6.1	Definition Kommunikation	77
6.2	Definition Computervermittelte Kommunikation.....	78
6.3	Warum ist es sinnvoll cvK von Face-to-Face-Kommunikation zu trennen?	80
6.4	Modelle zur computervermittelten Kommunikation.....	82
6.4.1	Soziale Präsenz	82
6.4.2	Messaging Threshold-Ansatz.....	84
6.4.3	SIDE-Modell.....	86
7.	Aufbereitung von Lehr-Lerninhalten.....	91
8.	Zielgruppen	95
8.1	Sozialraum- und Habitus­theorie.....	95
8.2	Bedeutung Theorie für Medienkompetenz und E-Learning.....	99
9.	Motivation.....	103
9.1	Begriffsbestimmung	104
9.2	Intrinsische und extrinsische Motivation	108
9.3	Motivation und Lernen.....	111
10.	Fazit.....	115
10.1	Didaktische Prinzipien	116
10.2	E-Learning und Didaktik.....	119
10.3	Weiterer Forschungsbedarf.....	120
	Literatur	122
	Anhang.....	131