

E-Learning - Eine Marktanalyse für Deutschland Studie

PHILIPP KÖLLINGER
Institut für Wirtschaftsinformatik, Humboldt Universität zu Berlin

Symposion

Symposion Publishing
Werdener Str. 4
40227 Düsseldorf

Symposion Web-Angebote im Netz:

www.symposion.de
www.ecommerce-trends.de
www.innovation-aktuell.de
www.flexible-unternehmen.de
www.firstsurf.de

© Symposion Publishing, Düsseldorf

ISBN: 3 933814-57-X

Dieses Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verbreitung in elektronischen Systemen. Alle in dieser Studie enthaltenen Angaben, Ergebnisse usw. wurden von dem Autor nach bestem Wissen erstellt. Sie erfolgen ohne jegliche Verpflichtung oder Garantie des Verlags. Er übernimmt deshalb keinerlei Verantwortung und Haftung für etwa vorhandene inhaltliche Unrichtigkeiten.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	7
Abbildungsverzeichnis.....	8
Tabellenverzeichnis.....	9
1 Einführung.....	10
1.1 Motivation.....	10
1.2 Zielsetzung.....	12
1.3 Aufbau der Arbeit.....	13
2 Electronic Learning.....	15
2.1 Definitionen.....	15
2.2 Chancen und Risiken.....	18
2.3 Stärken und Schwächen.....	20
2.4 Geographische Unterschiede.....	28
2.5 Marktsegmentierung.....	29
2.6 Business Modelle des E-Learning.....	34
2.7 Marktgröße und Entwicklungstrends.....	35
2.8 Marktstruktur.....	41
2.9 Schlüsselfaktoren für den Erfolg.....	42
3 Lerntechnologien.....	47
3.1 Evolution der Lerntechnologien.....	47
3.2 Entwicklungstendenzen.....	49
3.3 Erscheinungsformen des E-Learning.....	52
3.3.1 Synchrones E-Learning.....	52
3.3.2 Asynchrones E-Learning.....	54
3.3.3 Unabhängige Lernprogramme.....	56
3.4 E-Learning Standards.....	58
4 , Anbieteranalyse.....	63
4.1 Positionierung der Anbieter in Deutschland.....	63
4.2 Relative Stärke der Anbieter am Markt.....	67
5 Zusammenfassung.....	72
6 Glossar.....	73
7 Literaturverzeichnis.....	75
Anhang A - Unternehmensprofile der E-Learning Anbieter in Deutschland.....	77
Anhang B - Anbieter von Lerntechnologien.....	152
Anhang C - Fragebogen.....	157