

MOOCs als Instrument des hochschulübergreifenden Marketings und der Studienorientierung

fnm-a Tagung „E-Learning Strategien an Hochschulen“
Universität Salzburg, 05.05.2015



Daniela Pscheida, TU Dresden
@danielapscheida



Christian Hoppe, TU Darmstadt



Andrea Lißner, TU Dresden



Andreas Sexauer, KIT

Gliederung

1. Potenziale
von MOOCs für
die Hochschul-
bildung

2. Das Projekt
MOOC@TU9

3. Ergebnisse
aus Kursdurch-
führung und
Kursevaluation

4. Fazit und
Ausblick

Gliederung

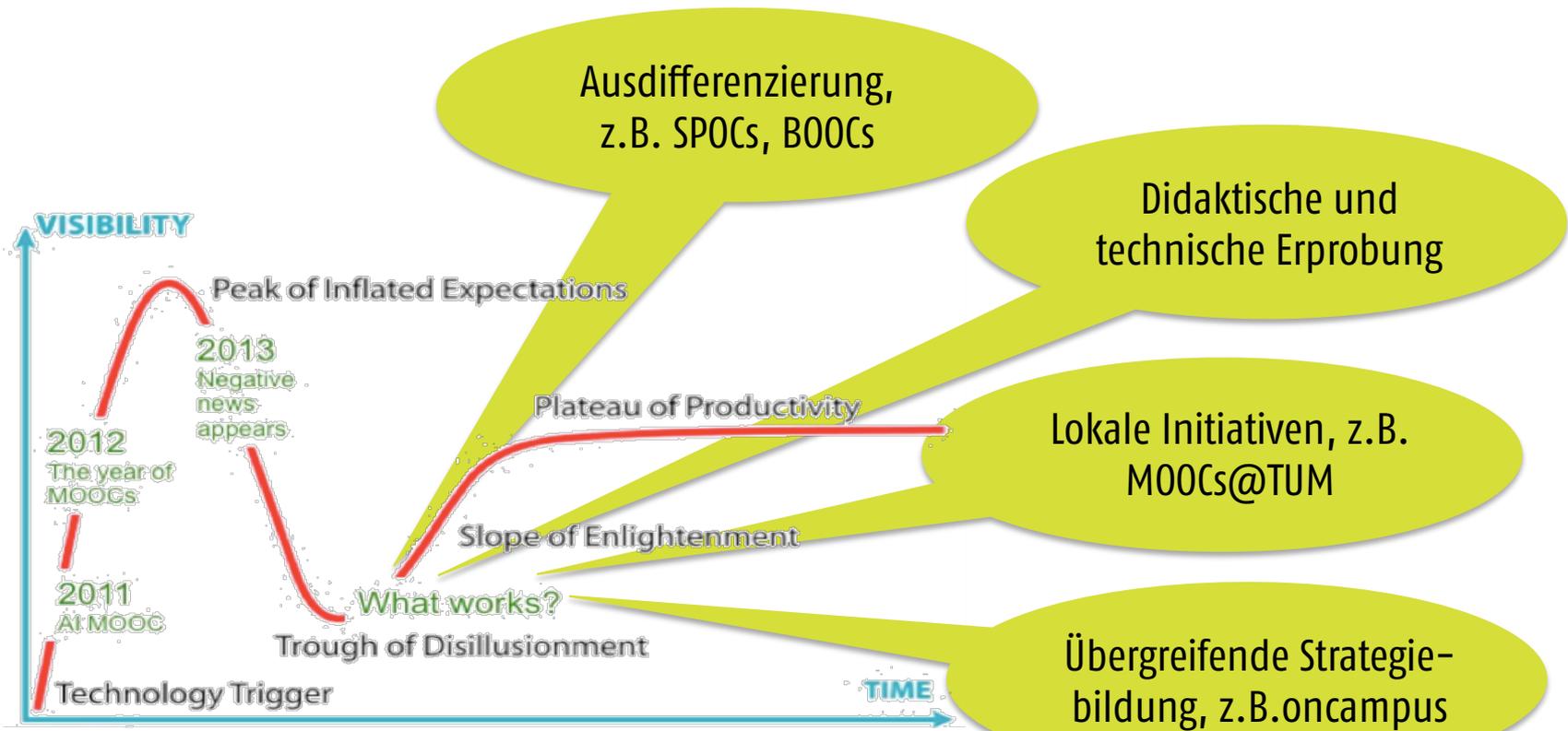
1. Potenziale
von MOOCs für
die Hochschul-
bildung

2. Das Projekt
MOOC@TU9

3. Ergebnisse
aus Kursdurch-
führung und
Kursevaluation

4. Fazit und
Ausblick

Nach dem MOOC-Hype...



MOOCs: Gartner Hype Cycle

<http://blogs.cetis.ac.uk/cetisli/wp-content/uploads/sites/24/2013/06/untitled.png>

Potenziale von MOOCs für die Hochschulbildung

- (Wieder-)Belebung der E-Learning-Debatte an den Hochschulen
- Öffnung des Bildungsraums Hochschule:
 - Erschließung neuer Zielgruppen
 - Internationalisierung
- Flexibilisierung der Hochschulbildung:
 - Unterstützung grundständiger Angebote in der Lehre
 - aber auch: Studienberatung und Studienorientierung
- Hochschulmarketing (national und international)
- **Förderung hochschulübergreifender Kooperationen und Strategiebildung**

Gliederung

1. Potenziale
von MOOCs für
die Hochschul-
bildung

2. Das Projekt
MOOC@TU9

3. Ergebnisse
aus Kursdurch-
führung und
Kursevaluation

4. Fazit und
Ausblick

Gliederung

1. Potenziale
von MOOCs für
die Hochschul-
bildung

2. Das Projekt
MOOC@TU9

3. Ergebnisse
aus Kursdurch-
führung und
Kursevaluation

4. Fazit und
Ausblick

TU9 – Allianz 9 Technischer Universitäten in Deutschland

Gemeinsames Interesse: Förderung von Wissenschaft und Forschung in den Ingenieur- und Naturwissenschaften



TU9 – Allianz 9 Technischer Universitäten in Deutschland

Gemeinsames Interesse: Förderung von Wissenschaft und Forschung in den Ingenieur- und Naturwissenschaften



Gemeinsame Frage: Wie machen wir
INTERNATIONALE TALENTE
auf das vielfältige weiterführende
STUDIENANGEBOT IN DEN MINT-FÄCHERN
aufmerksam und gewinnen sie für ein
STUDIUM AN DEN TU9-UNIVERSITÄTEN?

Antwort:

- Erprobung und Implementierung eines gemeinsamen MOOC-Angebots im Bereich „German Engineering“
- Schnittstelle: Hochschulmarketing/Studienberatung/Studienorientierung
- Ziel: Qualität – Vielfalt – Perspektiven des TU9-Studienangebots international bekannt machen, Einblick in ausgewählte Fachrichtungen vermitteln, fachl. Verständnis erproben
- Zudem: Möglichkeiten und Effekte kooperativer Aktivitäten ausloten

Projektstruktur und Umsetzung

- Kooperationsprojekt aller TU9-Universitäten
- Lenkung: Beirat der Vizepräsidenten/
Prorektoren Lehre der TU9
- Umsetzung: Redaktionsteam aus
Ansprechpartnern an allen TU9-Standorten
 - wöchentliche Online-Meetings
 - Abstimmung von Standards
 - Nutzung standortspez. Kompetenzen
- finanzielle Beteiligung der TU9-
Partneruniversitäten zu gleichen Teilen
- Pilotphase: 04/2014–03/2015



Credits: TU Braunschweig/Marek Kruszewski

Inhaltlicher Aufbau und didaktisches Konzept

Bestehend aus:

Live-Sessions

Interview
Fachvortrag
Videosequenzen
Chat

Wochenaufgaben

Diskussionen im Forum

Zusammenfassungen

Teilnahmebescheinigungen



Wochenablauf

Montag	Dienstag-Freitag	Samstag/Sonntag
<p>Interaktive, moderierte Live-Session 2-4 ProfessorInnen der TU9-Universitäten</p>	<p>Ansehen Aufzeichnungen Bearbeitung der Wochenaufgaben Begleitung über Foren</p>	<p>Einreichung der Wochenaufgaben Wochenzusammenfassung Wochenevaluation</p>
		

Ablauf der Live-Sessions

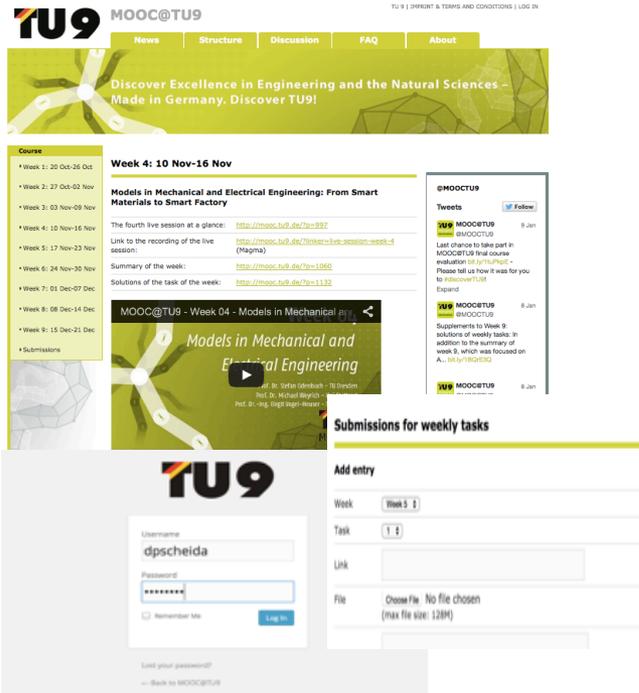
- je 2-3 Standorte – je 2-3 Unterthemen
- zentrale Moderation
- gemeinsames Layout

Introfilm	Interview	Fachvortrag	Aufgabe	Fragen
	 <p>Prof. Dr. Sebastian Müller Quality and Usability Lab</p>	 <p>Prof. Dr. Malte Bretzel Innovation and Entrepreneurship Group</p>		 <p>Miko Spohn Host</p>

Technische Infrastruktur

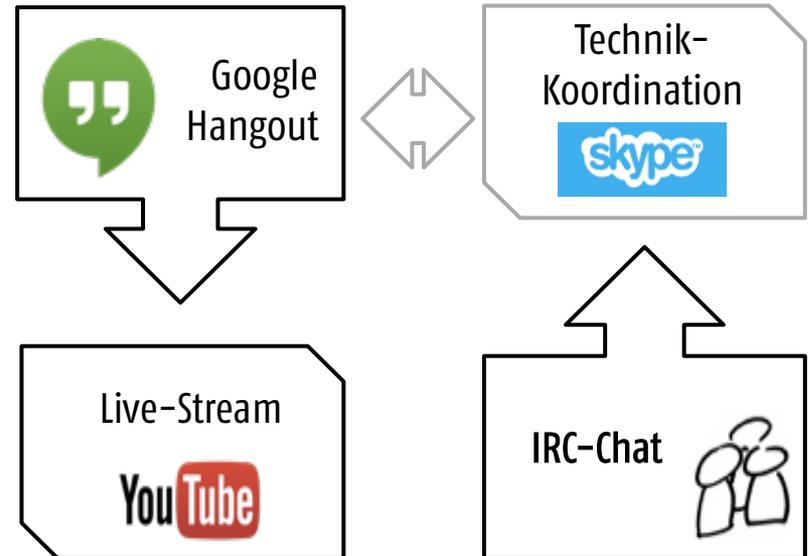
Offene **Kursseite** via Wordpress

<http://mooc.tu9.de>



Live-Sessions via Google Hangout

mit Live-Stream/Aufzeichnung auf YouTube



Gliederung

1. Potenziale
von MOOCs für
die Hochschul-
bildung

2. Das Projekt
MOOC@TU9

3. Ergebnisse
aus Kursdurch-
führung und
Kursevaluation

4. Fazit und
Ausblick

Gliederung

1. Potenziale
von MOOCs für
die Hochschul-
bildung

2. Das Projekt
MOOC@TU9

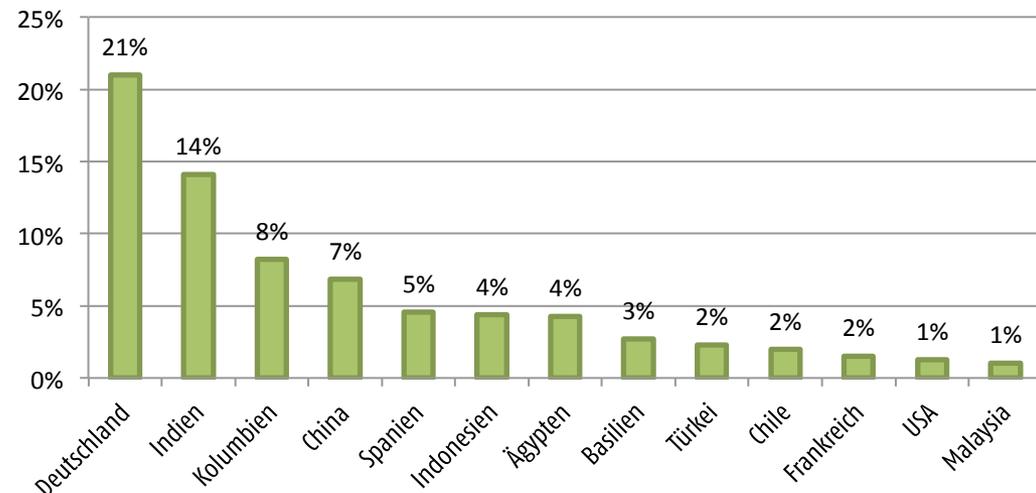
3. Ergebnisse
aus Kursdurch-
führung und
Kursevaluation

4. Fazit und
Ausblick

Teilnehmerzahlen und Teilnehmergruppen

- 1.328 registrierte TN aus mehr als 80 Ländern weltweit, 65% Studierende
- Aufzeichnungen der Live-Sessions ca. 8.800 Mal angesehen
- 318 Wochenaufgaben bearbeitet, 30x Bescheinigung über erfolgreiche Teilnahme
- TN kamen aus:
 - Asien (34%)
 - Europa (34%)
 - Latein- u. Südamerika (15%)
 - Afrika (7%)
 - Nordamerika (2%)
 - Australien/Ozeanien (1%)

TN MOOC@TU9 (n=1.328)



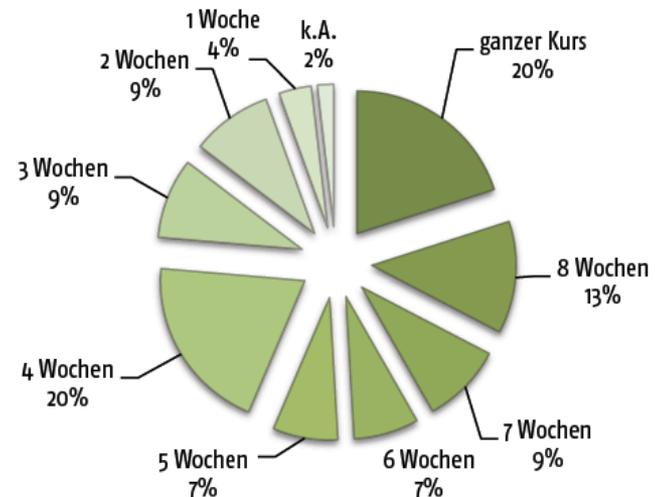
Nutzungsverhalten und Nutzungsintensität

- Selektive Angebotsnutzung: ausgesuchte Wochen/Themen und Angebote
- Hauptfokus Live-Sessions (80%), Wochenaufgaben (38%), Austausch (24%)
- Ergebnis: Nutzungsschwerpunkt im Bereich der passiv-rezeptiven Studieninformation, Studienorientierung im Sinne von Self-Assessment nur für einen kleineren Kreis

Wie haben Sie die Live-Sessions angesehen?



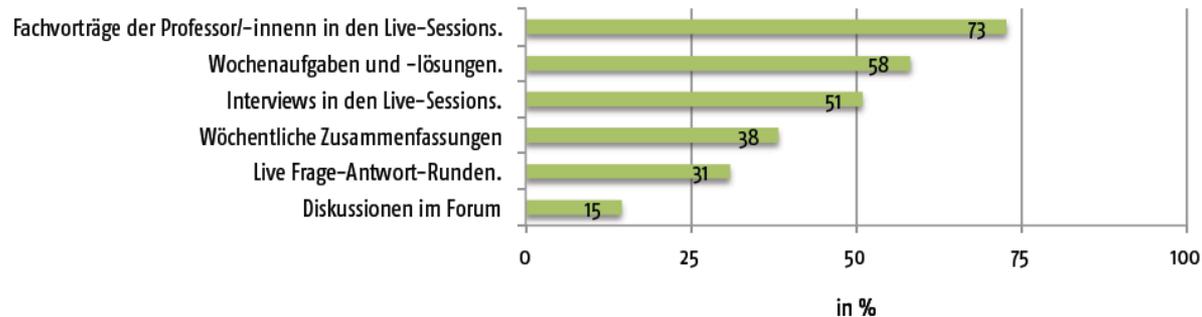
Haben Sie am ganzen Kurs oder nur an einzelnen Wochen teilgenommen? (n=55)



Nutzungsinteressen und Teilnehmerzufriedenheit

- Hauptinteressen: Überblick über Studienmöglichkeiten der TU9 im Bereich Ingenieurwissenschaften (72%) + Information über TU9 (60%)
- TN weitgehend zufrieden (MW 2,43 auf 6er-Likert, 1= sehr/6=überhaupt nicht)
- 94% würden Angebot weiterempfehlen, 83% würden ein solches oder ähnliches Angebot wieder nutzen
- 48% fanden Kurs hilfreich für eigene Studienorientierung (+32% teilweise)

Welche Präsentationsformen haben Ihnen geholfen, die Inhalte zu verstehen (n=55)?



Gliederung

1. Potenziale
von MOOCs für
die Hochschul-
bildung

2. Das Projekt
MOOC@TU9

3. Ergebnisse
aus Kursdurch-
führung und
Kursevaluation

4. Fazit und
Ausblick

Gliederung

1. Potenziale
von MOOCs für
die Hochschul-
bildung

2. Das Projekt
MOOC@TU9

3. Ergebnisse
aus Kursdurch-
führung und
Kursevaluation

4. Fazit und
Ausblick

Die wichtigsten Lessons Learned

- Die hochschulübergreifende Kooperation erzeugt wertvolle Synergieeffekte, so z.B. gemeinsamer Aufbau von Erfahrungen und Standards, Zusammenführung von Kompetenzen.
- Aus Sicht der Teilnehmenden kann ein solches Angebot gute Dienste bei der persönlichen Studienorientierung und Studienentscheidung leisten.
- Der Begriff „MOOC“ ist jedoch eng mit der Erwartung an die Vermittlung von Wissensinhalten verknüpft. Beim Einsatz des MOOC-Formats für Marketingzwecke ist daher ggf. eine begriffliche Abgrenzung notwendig.
- Die Ausrichtung eines MOOC-Formats (Marketing vs. Fachinput) hat weitreichende Auswirkungen auf Aspekte wie Zielgruppenansprache, didaktische Konzeption, Aktivierungslevel, Erfolgskriterien usw. Die Vermischung ist in diesem Sinne als eher ungünstig zu bewerten.

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!



Kursseite: <http://mooc.tu9.de>
Twitter: @mooctu9
E-Mail: mooc@tu9.de