

Medieninfo

FH Lübeck mit ihrem Massive Open Online Course (MOOC) auf der Überholspur - mehr als 4.500 Online-Lernende angemeldet

Die Zahlen sprechen ihre eigene Sprache. Für den MOOC-Kurs „Die Macht der Marke“ Grundlagen des Marketing von Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik von der Fachhochschule Lübeck haben sich weit mehr als 4.500 Bildungshungrige angemeldet. Das sind in einem Kurs mehr Studierende als aktuell an der gesamten Fachhochschule in der Präsenzlehre eingeschrieben sind.

Zwar sind diese Zahlen nicht mit den Zahlen von US-amerikanischen Hochschulen und deren Bildungsangeboten vergleichbar; sie zeigen aber das immense Potenzial auf, das in den Online-Angeboten steckt. Allein die Tatsache, dass Bildungsinhalte nicht mehr zentral an einem Ort angeboten werden, sondern dezentral und direkt an die Bildungsinteressierten adressiert werden können, ist eine Erklärung für die hohe Teilnahmezahl. Nach einer ersten Evaluation sind die Anmeldungen sehr international; es haben sich Bildungsinteressierte aus den Ländern Asiens und Europas eingeschrieben mit einer Altersspanne zwischen 18 und 71 Jahren, wobei die Lernmotive sehr unterschiedlich ausfallen. Das Bildungsniveau reicht von Promovierten bis zu Personen ohne Schulabschluss, wobei 84 Prozent der Teilnehmenden den Kurs mit einer Prüfung abschließen wollen.

Für die FH Lübeck entwickelt sich das Engagement von Opresnik mit der Online-Marketingvorlesung zu einem wahren Erfolgsmodell. Der MOOC-Pionier Opresnik erwartet, bis zum endgültigen Anmeldungsende die 5000-er Marke zu knacken. Aktuell kommen rund 100 Studieninteressierte täglich hinzu. Den Erfolg seines Kurs-Angebots sieht er zum einen in der Möglichkeit, bereits in diesem Jahr Leistungspunkte für die Teilnahme erwerben zu können, die selbstverständlich für ein späteres Studium anrechenbar sind. Zum anderen sieht er inhaltlich die Marketing-Thematik ausschlaggebend für die hohe Teilnahmezahl.

Und er weiß worüber er spricht. Opresnik, Professor für Allgemeine BWL/ Marketing an der FH Lübeck und Professor für Marketing und Management am SGMI Management Institut St. Gallen, ist Autor zahlreicher Marketing Publikationen und ausgewiesener Experte in der Materie. Vor seiner Hochschullaufbahn war er unter anderem als „Global Coordinator Project Planning“ für einen weltweit agierenden Mineralölkonzern in London tätig.

Warum die FH Lübeck so schnell mit Leistungsanrechnung in Form von ECTS für die noch relativ jungen Online-Bildungsangebote an den Start gehen konnte, erläutert Opresnik wie folgt: „Mit Oncampus, der 100-prozentigen Tochter der Fachhochschule Lübeck haben wir einen Partner in der Kurs- und Medienproduktion an der Seite, der auf langjährige Erfahrungen in der Online-Lehre zurückblicken kann und zu einem der größten europäischen Anbieter im E-Learning zählt.“

MOOC ist das Kürzel für Massiv Open Online Courses. Diese Online Kurse werden für Wissensinteressierte auf bestimmten Internetplattformen kostenlos angeboten. iversity ist eine deutsche Plattform für universitäre Online-Lehre, auf der zahlreiche deutsche Hochschulen ihre kostenlosen Bildungsangebote verbreiten. Auch die FH Lübeck ist auf iversity online vertreten. Teilweise werden für diese Lehrangebote auf akademischem Niveau bereits Leistungspunkte in Aussicht gestellt, allerdings nur nach erfolgter und erfolgreicher Präsenzprüfung.

Während andere MOOC-Anbieter den Erwerb von Leistungspunkten ab Sommer 2014 angekündigt haben, hat die FH Lübeck den Kurs mit der Möglichkeit Leistungspunkte zu erwerben bereits Mitte Oktober 2013 gestartet.

Anmeldungen und Quereinstiege für den Kurs ‚Grundlagen des Marketing‘ sind jederzeit möglich. Für Lerninteressierte mit der Absicht Leistungspunkte für die Teilnahme zu bekommen, endet die Anmeldung definitiv am 15. November 2013.

Anmeldungen erfolgen unter:

<https://www.iversity.org/courses/grundlagen-des-marketing>