

**Stefan Brombach**

**Web-Academy - Entwicklung eines  
nutzerorientierten, integrierten Programms  
im Internet für das  
Dienstleistungsunternehmen Hochschule**

Dargestellt am Beispiel des geplanten Studiengangs "Master of Business Administration (MBA) in Entrepreneurial Studies" an der Fachhochschule Gelsenkirchen

**Diplomarbeit**

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1998 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783832412739

**Stefan Brombach**

## **Web-Academy - Entwicklung eines nutzerorientierten, integrierten Programms im Internet für das Dienstleistungsunternehmen Hochschule**

**Dargestellt am Beispiel des geplanten Studiengangs "Master of Business Administration (MBA) in Entrepreneurial Studies" an der Fachhochschule Gelsenkirchen**



---

Stefan Brombach

# **Web-Academy – Entwicklung eines nutzerorientierten, integrierten Programms im Internet für das Dienstleistungsunternehmen Hochschule**

*Dargestellt am Beispiel des geplanten Studiengangs „Master of  
Business Administration (MBA) in Entrepreneurial Studies“  
an der Fachhochschule Gelsenkirchen*

**Diplomarbeit  
an der Fachhochschule Gelsenkirchen  
September 1998 Abgabe**



***Diplomarbeiten Agentur***  
**Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey**  
**Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke**  
**und Guido Meyer GbR**

**Hermannstal 119 k**  
**22119 Hamburg**

**agentur@diplom.de**  
**www.diplom.de**

ID 1273

Brombach, Stefan: Web-Academy – Entwicklung eines nutzerorientierten, integrierten Programms im Internet für das Dienstleistungsunternehmen Hochschule: Dargestellt am Beispiel des geplanten Studiengangs "Master of Business Administration (MBA) in Entrepreneurial Studies" an der Fachhochschule Gelsenkirchen – Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1999  
Zugl.: Gelsenkirchen, Fachhochschule, Diplom, 1998

---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

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.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR  
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg  
Printed in Germany



**Diplomarbeiten Agentur**

## **Wissensquellen gewinnbringend nutzen**

**Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität** zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

**Wettbewerbsvorteile verschaffen** – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

**Individueller Service** – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

### **Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur***

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –  
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —  
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————  
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————

Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————

www.diplom.de —————

## Inhaltsangabe

Anhand eines Studiums zum "Masters of Business Administration" (MBA) entwickelt diese Diplomarbeit ein nutzerorientiertes, integriertes **Marketingkonzept für ein virtuelles Studium im Internet**.

Zunächst werden die **Inhalte und Ziele des MBA** vorgestellt und kritisch betrachtet. Anschließend wird das Internet vorgestellt, insbesondere im Hinblick auf seine Möglichkeiten und Probleme beim **Computer Based Training** und **Telelearning**. Verschiedene Pilotprojekte werden vorgestellt.

Im folgenden eher praktisch orientierten Teil wird ein Konzept für eine virtuelle Lernumgebung (**Web-Academy**) entwickelt. Hierzu wird die Einordnung der **Web-Academy** ins **Dienstleistungsmarketing** aufgezeigt und Ziele und Zielgruppen ermittelt. Anschließend werden die **Strukturen** einer **Web-Academy** entwickelt und ein möglicher **Seitenaufbau** erläutert. Zur Einführung der **Web-Academy** wird ein **Marketing-Mix** entwickelt, das sowohl die klassischen Elemente des Marketing-Mix als auch die multimedialen Möglichkeiten des Internet ausschöpft. Schließlich werden Controlling und Erfolgsmessungen, als auch **Restriktionen** einer **Web-Academy** behandelt.

Ein ausführlicher **Anhang** enthält neben einem Glossar unter anderem eine Übersicht europäischer und nordamerikanischer MBA-Studiengänge und eine Gegenüberstellung von Umfragen und Marktforschungsstudien zum Internet.

Zu dieser Diplomarbeit ist zusätzlich eine **CD-ROM** erhältlich. Käufer der Diplomarbeit können sie direkt beim Autor bestellen. Sie enthält unter anderen die Diplomarbeit im Hypertextformat, Links zu den angesprochenen Internetseiten, die verwendeten Abbildungen und Darstellungen, sowie ein Verzeichnis von Suchmaschinen im Internet.

Diese Diplomarbeit wurde von der Fachhochschule Gelsenkirchen mit dem Studienpreis für Diplomarbeiten 1997/1998 ausgezeichnet.

**Hinweis:** Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Autors unzulässig und strafbar.



**Inhaltsverzeichnis**

<b>Inhaltsangabe</b> .....	<b>2</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>3</b>
<b>Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen</b> .....	<b>6</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>7</b>
<b>Hinweise zur CD-ROM</b> .....	<b>8</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>9</b>
1.1 Problemstellung der Web-Academy.....	9
1.2 Aufbau der Arbeit.....	10
1.3 Die Fachhochschule Gelsenkirchen.....	11
1.3.1 Studienangebot .....	11
1.3.2 Die Fachhochschule Gelsenkirchen im Internet.....	11
<b>2 Inhalte und Zielsetzungen des MBA-Studiums</b> .....	<b>12</b>
2.1 Grundlagen der Masters- und MBA-Ausbildung .....	12
2.1.1 Arten der MBA-Ausbildung.....	13
2.1.2 Zulassungsvoraussetzungen .....	13
2.1.3 Studieninhalte und Lernmethoden .....	14
2.1.4 Kritische Betrachtung der MBA Ausbildung.....	15
2.2 Der geplante MBA-Studiengang in Entrepreneurial Studies an der Fachhochschule Gelsenkirchen .....	16
2.2.1 Entrepreneurship .....	16
2.2.2 Strukturen und Module des geplanten MBA-Programm.....	17
2.2.3 Lehmethoden .....	19
<b>3 Internet und Telelearning</b> .....	<b>20</b>
3.1 Funktionen des Internets .....	20
3.1.1 Das rasante Wachstum .....	20
3.1.2 Die Elemente des Internets .....	21
3.1.3 Demographische Daten der Internetnutzer.....	23
3.2 Merkmale hypermedialer Strukturen .....	25
3.3 Besonderheiten der internetbasierten Wissensvermittlung .....	26
3.3.1 Begriffsabgrenzungen .....	26
3.3.2 Besserer Lernerfolg durch Telelearning?.....	27
3.4 Übersicht über Telelearningangebote .....	31

---

<b>4</b>	<b>Konzeption der Web-Academy</b>	<b>33</b>
4.1	Web-Academy im Dienstleistungsmarketing	33
4.2	Ziele und Zielgruppen der Web-Academy	35
4.2.1	Ziele des geplanten MBA-Studiengangs	35
4.2.2	Ziele der Web-Academy	37
4.2.3	Zielgruppen der Web-Academy	38
4.3	Struktur und Seitenaufbau der Web-Academy	38
4.3.1	Struktur	39
4.3.2	Seitenaufbau / Screendesign	44
4.4	Ausstattung der Web-Academy	47
<b>5</b>	<b>Besonderheiten im Marketing-Mix bei der Realisierung der Web-Academy</b>	<b>48</b>
5.1	Die Produkte und Dienstleistungen der Web-Academy	48
5.1.1	Das Leistungsprogramm der Web-Academy im Internet	48
5.1.2	Zusatzprodukte der Web-Academy	49
5.1.3	Produktinnovation	49
5.1.4	Qualität	50
5.2	Studiengebühren und Preisstrategien	51
5.2.1	Preisstrategien	52
5.2.2	Zahlungsformen im Internet	52
5.3	Das Internet als Distributionskanal für Telelearning	53
5.4	Die Kommunikationspolitik im Internet	54
5.5	Site Promotion	56
5.5.1	URL – die „Adresse“ im Internet	57
5.5.2	Werbung außerhalb des Internets	57
5.5.3	Suchmaschinen	58
5.5.4	Werbung im Internet	59
5.5.5	Bannertausch	60
5.6	Controlling und Erfolgsmessung	60
5.6.1	Quantitative Erfolgsmessung	61
5.6.2	Qualitative Erfolgsmessung	62
<b>6</b>	<b>Restriktionen der Web-Academy</b>	<b>63</b>
6.1	Technologische Restriktionen	63
6.2	Restriktionen durch den Nachfrager	64
6.3	Rechtliche Rahmenbedingungen	65
6.4	Wirtschaftlichkeit	65

---

<b>7 Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>67</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>69</b>
<b>Glossar.....</b>	<b>72</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>76</b>
Anhang A Studienangebot der Fachhochschule Gelsenkirchen .....	77
Anhang B Übersicht Master Studiengänge .....	79
Anhang B1 MBA bzw. Master Programme deutscher Hochschulen.....	80
Anhang B2 MBA bzw. Master Programme in Europa (Auswahl).....	86
Anhang B3 MBA-Programme in den USA.....	88
Anhang C Umfragen und Studien zum Internet (Auswahl).....	90
Anhang D Suchmaschinen im Internet (Auswahl).....	92
Anhang E Darstellung der behandelten Internetseiten .....	94
<b>Lebenslauf des Autors .....</b>	<b>98</b>