



Prof. Dr. Christoph Beck
Hochschule Koblenz

Vita

Nach seinem Studium der Wirtschafts- und Organisationswissenschaften und der Promotion nahm Prof. Dr. Christoph Beck unterschiedliche Stabs- und Führungsfunktionen in der Wirtschaft und als Personalberater wahr. Seit 2000 ist er Professor an der University of Applied Sciences in Koblenz im Fachbereich Betriebswirtschaft für das Lehrgebiet Human Resource Management verantwortlich. Die Schwerpunkte in der Lehre, Forschung und Beratung bilden die Themen Employer Branding, E-Recruitment und E-Learning. Als einer der führenden Experten Deutschlands im Personalmarketing und als Direktor des Instituts für Personalmanagement & Arbeitsrecht veranstaltet er jedes Jahr die Insider-Jahrestagung für Recruiter, den recruiting-convent auf Schloss Bensberg (www.recruiting-convent.de). Als Fachbuchautor hat er zahlreiche Veröffentlichungen und Studien aufzuweisen. Zuletzt die Studie Arbeitgeberimage- Energie und das Buch „Personalmarketing 2.0“.

Was macht E-Learning erfolgreich? Ein Premium-Beispiel: Der Personalfachkaufmann Online

(im Auftrag der IHK Koblenz, in Zusammenarbeit mit IHK.Online-Akademie)

Die Zeiten, in denen das Thema E-Learning im Wesentlichen von der Technik und hier insbesondere vom technisch Möglichen geprägt wurde, sind weitgehend vorbei. Die Technik ist zwar eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für den Erfolg eines Online-Kurses. Dieser hängt im Wesentlichen von den Marktkenntnissen, dem Content und dem Methodik-Didaktik-Modell eines E-Learning-Arrangements ab. Das IHK-Bildungszentrum Koblenz e.V. hat den Personalfachkaufmann, ein klassisches Präsenzangebot im Rahmen der beruflichen Aufstiegsfortbildung, als ersten "wirklichen" E-Learning-Kurs entwickelt und sehr erfolgreich implementiert. Als Premium-Beispiel weist der Personalfachkaufmann-Online ein außergewöhnliches Methodik-Didaktik-Konzept auf und zeigt einen Weg, wie man einen Präsenzkurs von 18 Monaten auch in sechs Monaten erfolgreich durchführen kann. Der Vortrag gibt Antworten u.a. auf folgende Fragen: Wo bekommt man unter Beachtung des Urheberrechts den Content her? Wie verteilt man Präsenz- und Online-Phasen? Welche Instrumente unterstützen das Selbststudium, das kooperative und das Präsenzlernen? Welche Instrumente nutzen die Teilnehmer wirklich? Wie sieht das Tutoren-und Help-Desk-Konzept aus? Welche Schwierigkeiten und Handlungsfelder ergeben sich im Hinblick auf die Vermarktung eines E-Learning-Angebotes und was sind die Lessons learned bei der Projektierung eines solchen Kurses?