
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Dank	7
Einleitung	13

Zwölf Schritte zu einem Weiterbildungsstudiengang

1 Ausgangslage und Strategie	18
1.1 Organisationsanalyse der Bildungsorganisation	22
1.2 Umfeldanalyse	31
1.3 Strategieentwicklung	41
1.4 Weiterführende Literatur	46
2 Marktanalyse	47
2.1 Bedarfsanalyse: Bedürfnisse und Anforderungen	52
2.1.1 Bedürfnisse der Teilnehmenden	53
2.1.2 Anforderungen des Arbeitsmarktes	62
2.2 Anspruchsgruppenanalyse	71
2.3 Kundensegment charakterisieren	80
2.4 Weiterführende Literatur	86
3 Konkurrenzanalyse	88
3.1 Analyse der Mitbewerber	91
3.2 Vergleichsstudie von Konkurrenzprodukten	95
3.3 Weiterführende Literatur	101
4 Strategische Positionierung	102
4.1 Wettbewerbs- oder Kooperationsstrategie?	103
4.2 Produkt-Markt-Strategien	109
4.3 Positionierung des Weiterbildungsstudiengangs	113
4.4 Marketing-Mix	117
4.5 Weiterführende Literatur	125
5 Didaktisches Konzept und Studienplan	126
5.1 Warum? – Verwendungssituation	129
5.2 Für wen? – Zielgruppe	129

5.3	Wozu? – Lernziel und Qualifikation	130
5.4	Was? – Inhalte und Aufbau	134
5.5	Wie? – Lernkultur und Methoden	135
5.6	Wann? – Zeitgestaltung	137
5.7	Wo? – Lernort und Lernumgebung	139
5.8	Wer? – Dozierende	141
5.9	Der Studienplan	141
5.10	Weiterführende Literatur	151
6	Ressourcenmanagement	153
6.1	Personal	154
6.2	Räumlichkeiten, Infrastruktur	156
6.3	Finanzen und Kalkulation	158
6.4	Weiterführende Literatur	166
7	Bewilligung und/oder Auftragserteilung	168
8	Organisation	172
8.1	Organisationsform der Weiterbildung	172
8.2	Kernprozesse	174
8.3	Vorlagen, Merkblätter und Weisungen	178
8.4	Stellenbeschreibungen	180
8.5	Das Funktionendiagramm	184
8.6	Weiterführende Literatur	187
9	Das Detailkonzept: Modultafeln	188
9.1	Praxis- und Forschungsbezug	190
9.2	Workload: Kontaktлекtionen und (begleitetes) Selbststudium	193
9.3	Methoden	196
9.4	Transfer	197
9.5	Leistungsnachweise	200
9.6	Modultafeln	205
9.7	Weiterführende Literatur	207
10	Unterrichtsvorbereitung und -durchführung	209
10.1	Inhalte auswählen	210
10.2	Individuelle Lernprozesse	211

10.3 Soziales, kooperatives Lernen und Methoden	213
10.4 Der rote Faden	215
10.5 Die Rolle der Dozentin oder des Dozenten	217
10.6 Regieplan	219
10.7 Weiterführende Literatur	224
11 Evaluation und Auswertung	225
11.1 Evaluation des Unterrichts	228
11.2 Evaluation des Weiterbildungsstudiengangs	232
11.3 Nachkalkulation und Finanzergebnis des Studiengangs	236
11.4 Weiterführende Literatur	238
12 Strategisches Portfoliomanagement	239
12.1 Portfolioüberprüfung	239
12.2 Qualitätsmanagement	245
12.3 Monitoring, Trends	249
12.4 Weiterführende Literatur	253
Stichwortverzeichnis	254
Literaturliste	256
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	264