

KOMMIT



A Social and Personalized Learning Platform for Vocational Social Media Education

M. Schmidt, C. Di Valentin, A. Emrich, U. Schwertel, C. Oloff, Y. Kammerer

26.02.2014, Paderborn



Agenda

- Motivation und Einführung
 - Bedeutung, Risiken & Chancen von Social Media im Unternehmensumfeld
- Rahmenmodell „Social Web Fertigkeiten“
- Der Soziale Navigator
 - Ziele & Zielgruppen
 - Inhaltstypen & Anwendungsfälle
 - Systemarchitektur
 - Ontologie
 - Suche & Empfehlungsmodul
 - Mobiles Frontend
- Zusammenfassung & Ausblick

Motivation: Eine Social Media Anekdote

- „*Wir sind Einzelfall...*“ – Chronologie
 - Anfang Nov. 2011: Beschwerde einer Privatperson bei O2
 - Schlechte Netzverbindung in Städten
 - Reaktion: es handele sich um einen Einzelfall

Motivation: Eine Social Media Anekdote

- „Wir sind Einzelfall...“ – Chronologie
 - Anfang Nov. 2011: Beschwerde einer Privatperson bei O2
 - Schlechte Netzverbindung in Städten
 - Reaktion: es handele sich um einen Einzelfall
 - 12.11.2011: Eröffnung des Blogs „Wir sind Einzelfall“

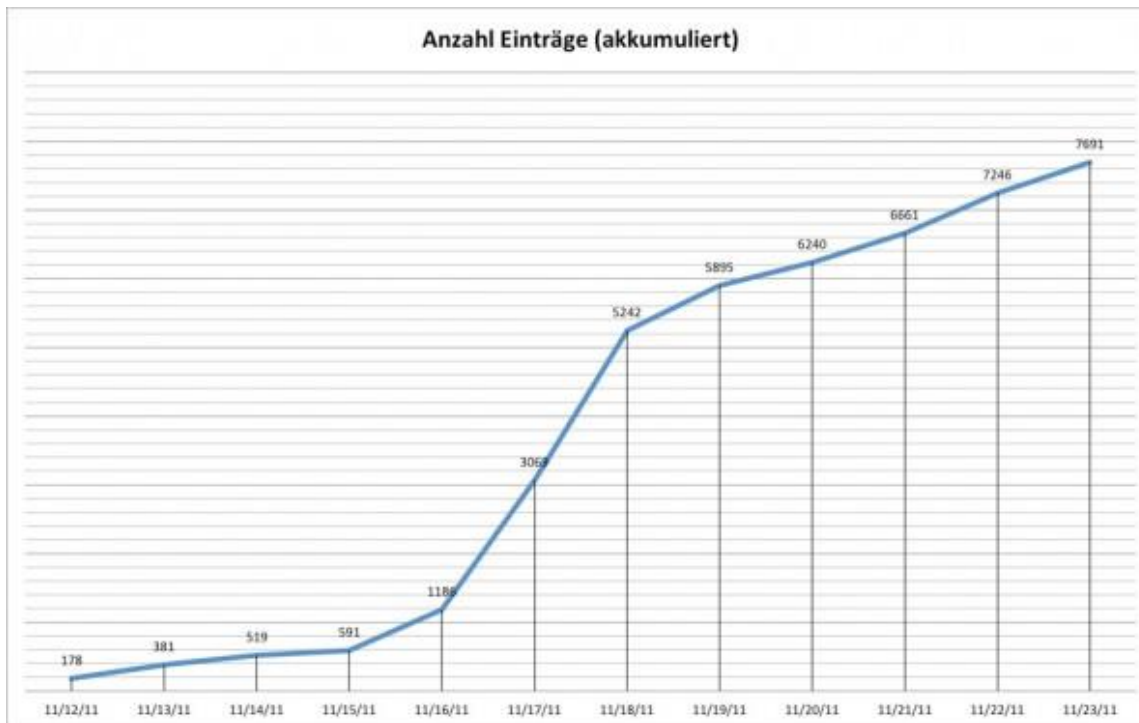


Screenshot:

<http://wir-sind-einzelfall.de/pressespiegel/>

Motivation: Eine Social Media Anekdote

- „Wir sind Einzelfall...“ – Chronologie
 - Anfang Nov. 2011: Beschwerde einer Privatperson bei O2
 - Schlechte Netzverbindung in Städten
 - Reaktion: es handele sich um einen Einzelfall
 - 12.11.2011: Eröffnung des Blogs „Wir sind Einzelfall“
 - In den darauffolgenden Tagen: Verbreitung des Links auf Twitter, Facebook, Google+



Quelle: <http://wir-sind-einzelfall.de/>

Motivation: Eine Social Media Anekdote

- „*Wir sind Einzelfall...*“ – Chronologie
 - Anfang Nov. 2011: Beschwerde einer Privatperson bei O2
 - Schlechte Netzverbindung in Städten
 - Reaktion: es handele sich um einen Einzelfall
 - 12.11.2011: Eröffnung des Blogs „Wir sind Einzelfall“
 - In den darauffolgenden Tagen: Verbreitung des Links auf Twitter, Facebook, Google+
 - 15.+16.11.2011: Leiter Corporate Communications O2 bemüht sich um Schlichtung
 - Zahlreiche Presseberichte in den Tagen darauf

Motivation: Eine Social Media Anekdote

- „Wir sind Einzelfall...“ – Chronologie
 - Anfang Nov. 2011: Beschwerde einer Privatperson bei O2
 - Schlechte Netzverbindung in Städten
 - Reaktion: es handele sich um einen Einzelfall
 - 12.11.2011: Eröffnung des Blogs „Wir sind Einzelfall“
 - In den darauffolgenden Tagen: Verbreitung des Links auf Twitter, Facebook, Google+
 - 15.+16.11.2011: Leiter Corporate Communications O2 bemüht sich um Schlichtung
 - Zahlreiche Presseberichte in den Tagen darauf
 - 30.11.2011: Erste Berichte über Telekom-Werbung

Wir sind Einzelfall
Data from anecdotes. Power from the people.

Home Einzelfall melden Pressepiegel Datenschutz Impressum Kontakt

Veröffentlicht am 30. November 2011 von Telefónica Germany

Für enttäuschte O2 Kunden und wir-sind-einzelfall.de User!

Danke für Ihr Feedback. Und wie wir es verwerten.

Gastbeitrag von Telefónica Germany (O2)

Liebe Leser,

zunächst einmal möchten wir uns entschuldigen, dass es eine Weile gedauert hat, bis wir hier in die direkte Kommunikation mit Ihnen gehen. Mit Matthias Bauer stehen wir seit dem 16. November im Austausch, jetzt möchten wir uns selber melden, um Ihnen zu sagen, wie wir Ihre Liste verwertet haben, und wo wir heute stehen.

Erleben, was verbindet

Quelle:
<http://t3n.de/news/einzelfall-o2-ubt-kundennahe-telekom-hame-347716/>

Social Media im Unternehmensumfeld: Mehr als Marketing

- Berufsrelevante Social Media Kanäle
 - Social Networking Sites (z.B. LinkedIn)
 - Kollaborative Projekte (z.B. Wikipedia)
 - Blogs (z.B. WordPress)
 - Inhalte-Communities (z.B. YouTube)

Gemäß aktueller Studien nutzen über 50% aller Unternehmen heute Social Media zur Selbstdarstellung.

Social Media Kanäle sind oftmals auch für einzelne Mitarbeiter relevant.

- Konkrete Beispiele für IKT-Berufe
 - Entwicklerforen & Blogs
 - Wikis zur Kollaboration
 - RSS-Feeds und Microblogging, um sich über aktuelle Trends zu informieren

Rahmenmodell Social Web Fertigkeiten

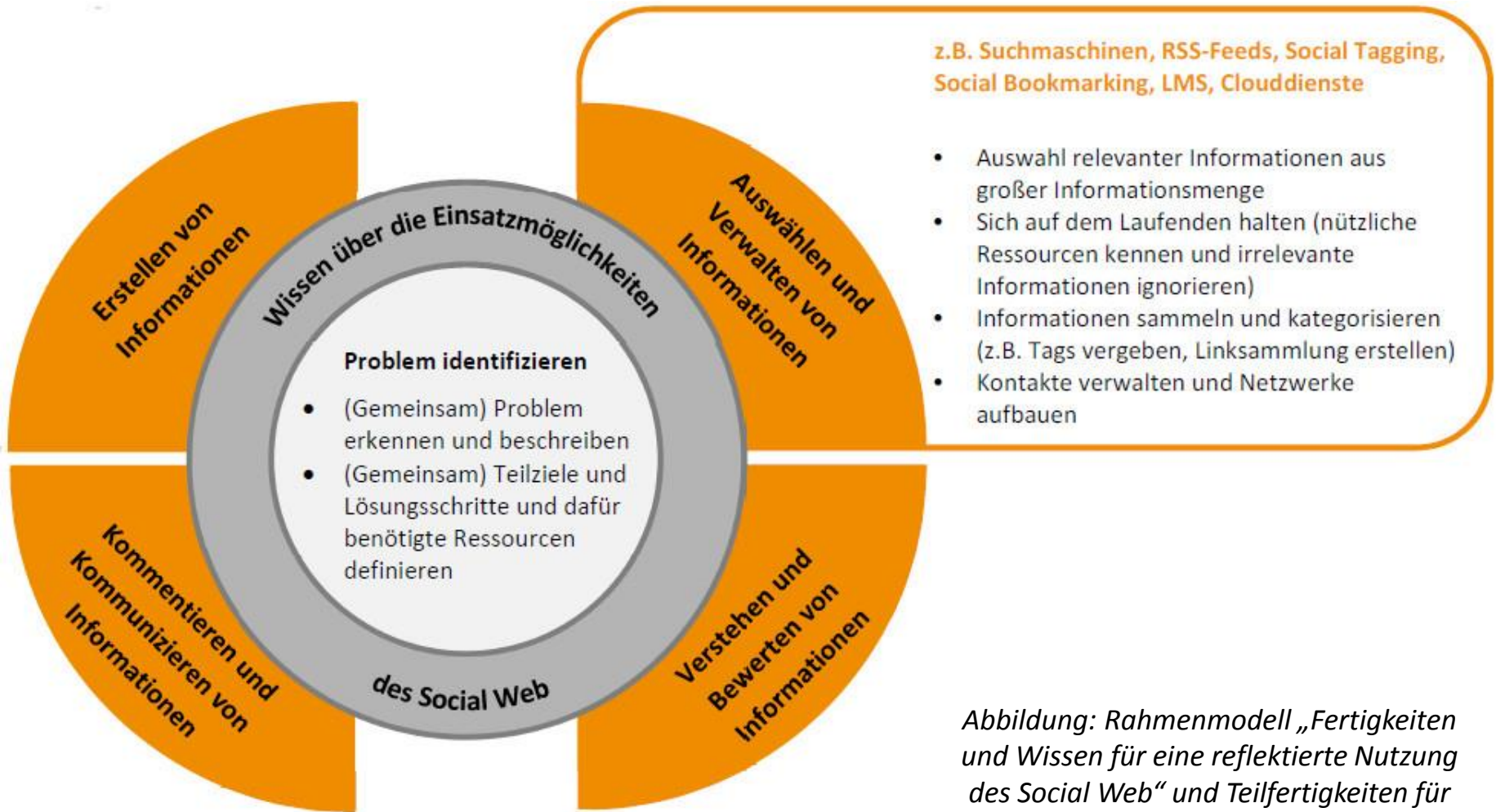


Abbildung: Rahmenmodell „Fertigkeiten und Wissen für eine reflektierte Nutzung des Social Web“ und Teilfertigkeiten für eine ausgewählte Facette

Der Sozialer Navigator

- Endnutzer-orientiertes Informationsportal zur Vermittlung von Informationen rund um das Thema Social Web
 - Implementierung
 - Web-basiert (HTML5, optimiert auch für mobile Endgeräte)
 - Enge Integration Sozialer Netzwerke
 - Zwei Kernzielgruppen
 - **Lehrer & Ausbilder**
 - Motivation und (wissenschaftliche) Hintergrundinformation
 - Unterstützung bei der Unterrichtsvorbereitung
 - Erfahrungsberichte und kommunikativer Austausch
 - **Auszubildende**
 - Test zur Einschätzung der Fertigkeiten
 - Tipps & Beispielszenarien
 - Trainingsmaterialien

**MOOC für LehrerInnen und AusbilderInnen
zum Thema Social Web Fertigkeiten (Fokus auf in IKT-Berufen)**

intern



Experten- Informationen

(Wiss. Publikationen,
Wiss. Modelle,
Unterrichtspläne, ...)

extern




Trainings- Material

(Lerndokumente,
Aufgaben &
Übungen, Lernspiele,
...)



Social Web Tools

(Beschreibung
existierender Tools
sowie deren
Einsatzmöglichkeiten
im Berufsumfeld)



Praxis- und Erfahrungs- berichte

(Fokus: Einsatz
Sozialer Medien in
der Ausbildung und
im Berufsleben)




Web Portale
(rund um das Thema Medienbildung & IKT-Berufe)

Klassifiziert anhand reichhaltiger Metadaten

Beschreibung, Zielgruppe, Lizenzbedingungen, vermittelte
Fertigkeiten, assoziierte Lehrplanthemen, ...


Beispiele: Inhaltskatalog und Inhalte

KATALOG EXPERTENINFORMATIONEN




Using Twitter in university research, teaching and impact activities. A guide for academics and researchers.
Twitter is a form of free micro-blogging which allows users to send and receive short public messages called tweets. Tweets are limited to no more than 140 characters, and can include links to...

INHALT ANZEIGEN




Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Fachinformatiker/Fachinformatikerin

INHALT ANZEIGEN



Wissen und Fertigkeiten für eine reflektierte Nutzung des Social Web
Identifizierung der Fertigkeiten und des Wissens auf der Handlungsebene, die für die Nutzung des Social Webs im Beruf notwendig und durch wissenschaftliche Theorien gestützt sind

INHALT ANZEIGEN



Leitfaden "Social Media für Lehrpersonen und Schulleitungen" (Schweiz, Österreich, Deutschland)
Die drei Berufsverbände der Lehrerschaft in der Schweiz, in Deutschland und Österreich - LCH (Dachverband Schweizer Lehrerinnen und Lehrer - Schweiz), VBE (Verband Bildung und Erziehung - Deutschland) und GÖD (Gewerkschaft Öffentlicher Dienst - Österreich) - haben gemeinsam den über diese Internetseite erreichbaren "Leitfaden Social Media" speziell für Lehrerinnen, Lehrer und Schulleitungen herausgegeben, der Hilfestellung beim Umgang mit sozialen Medien bieten will. Es werden verschiedene Verhaltensweisen im sozialen Netzwerk und hilfreiche Profileinstellungen aufgezeigt, Handlungsempfehlungen für Krisenfälle wie "Cyber-Mobbing" oder "Shitstorms" gegeben und auch die Pflichten der Dienstherren und Dienstgeber bzw. Arbeitgeber benannt, um Licht in die juristische Grauzone zu bringen. Der Leitfaden steht kostenlos zum Download zur Verfügung. (PDF-Dokument, 24 Seiten, 2013)

INHALT ANZEIGEN

*Screenshots „Sozialer Navigator“:
Auszug aus dem Katalog „Experteninformationen“ (links)
und Beispielinhalt (rechts)*

Leitfaden "Social Media für Lehrpersonen und Schulleitungen"

Leitfaden "Social Media für Lehrpersonen und Schulleitungen" (Schweiz, Österreich, Deutschland)

Jürg Brühlmann, Rolf Busch, Mira Futasz, Martin Höflechner

Die drei Berufsverbände der Lehrerschaft in der Schweiz, in Deutschland und Österreich - LCH (Dachverband Schweizer Lehrerinnen und Lehrer - Schweiz), VBE (Verband Bildung und Erziehung - Deutschland) und GÖD (Gewerkschaft Öffentlicher Dienst - Österreich) - haben gemeinsam den über diese Internetseite erreichbaren "Leitfaden Social Media" speziell für Lehrerinnen, Lehrer und Schulleitungen herausgegeben, der Hilfestellung beim Umgang mit sozialen Medien bieten will. Es werden verschiedene Verhaltensweisen im sozialen Netzwerk und hilfreiche Profileinstellungen aufgezeigt, Handlungsempfehlungen für Krisenfälle wie "Cyber-Mobbing" oder "Shitstorms" gegeben und auch die Pflichten der Dienstherren und Dienstgeber bzw. Arbeitgeber benannt, um Licht in die juristische Grauzone zu bringen. Der Leitfaden steht kostenlos zum Download zur Verfügung. (PDF-Dokument, 24 Seiten, 2013)

Lizenzen und Rechte

Lizenz: Unbekannt

Copyright: GÖD, Gewerkschaft Öffentlicher Dienst, Österreich, LCH, Dachverband Schweizer Lehrerinnen und Lehrer, VBE, Verband Bildung Erziehung, Deutschland
Andere Einschränkungen: Diese Veröffentlichung ist in allen Teilen urheberrechtlich geschützt.

Bibliographische Informationen

Erscheinungsjahr: 2013

Publisher: GÖD, Gewerkschaft Öffentlicher Dienst, Österreich, LCH, Dachverband Schweizer Lehrerinnen und Lehrer, VBE, Verband Bildung Erziehung, Deutschland

Kategorisierungen

Kompetenzen: Kommentieren und Kommunizieren von Informationen, Informationen teilen (mit ausgewählten Zielgruppen), Bewusstsein über (langfristige) Sichtbarkeit eigener Beiträge und Profil-Informationen, Auf Beiträge / Kommentare anderer (adäquat) reagieren

Social Web Channels: Blog, Microblog (z.B. Twitter), Soziale Netzwerke

Zielgruppe: Ausbilder, Lehrkräfte

Typ
Konzept

Sprache
German

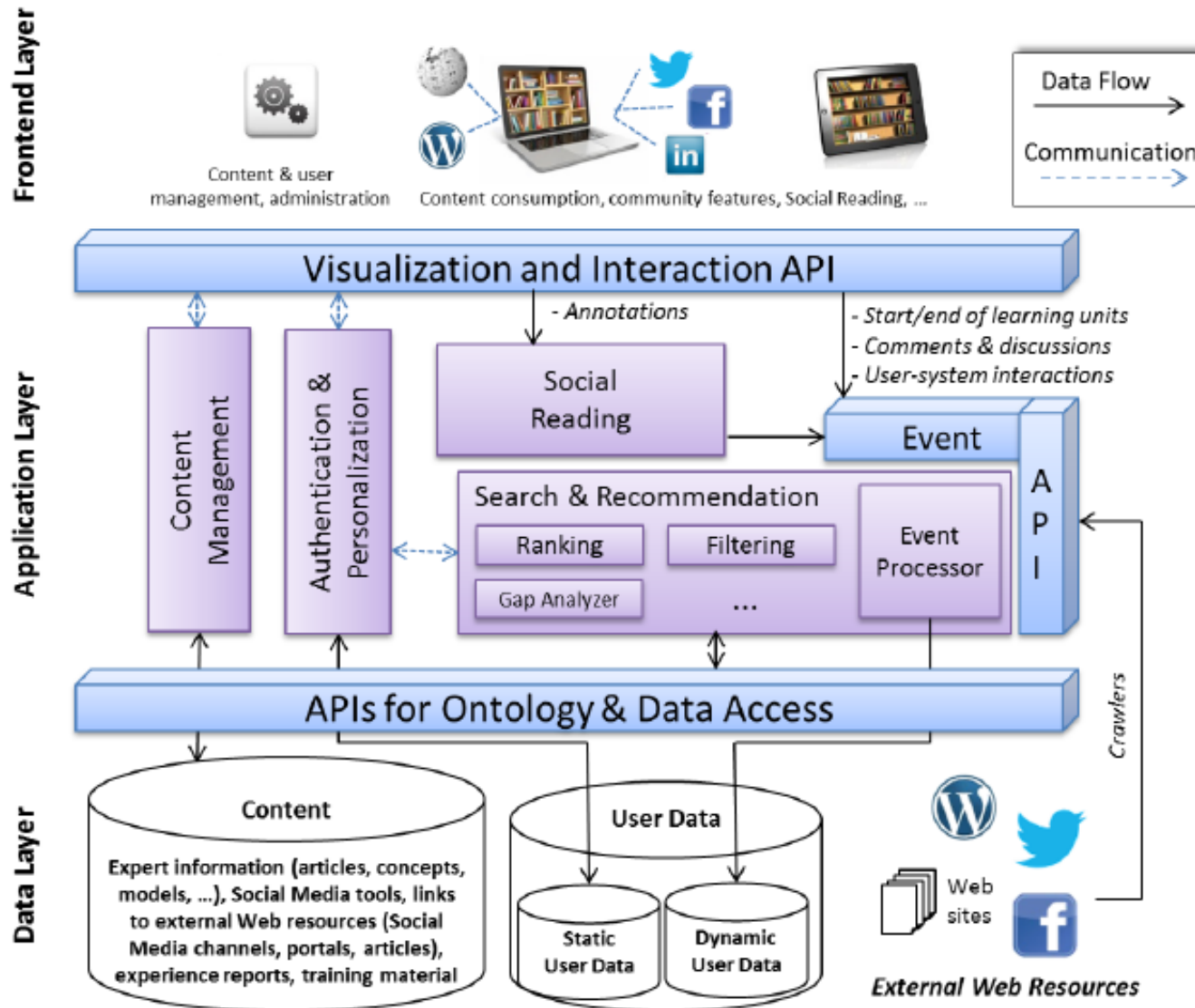
Schlüsselworte

Schule, Bildung, Lehrer, Lehrerin, social media, Leitfaden, Handbuch, Mobbing, Internet, Schulleitung, Internetrecht, Urheberrecht, Ratgeber,

LINK

<http://www.social-media-lehrperson.in...>

Sozialer Navigator – Architektur



- Rahmenmodell als integraler Bestandteil des Sozialen Navigators
 - Erstellen von Aufgaben zur Erfassung von Fertigkeiten

Auswählen und Rezipieren von Informationen

Kritische Bewertung der Glaubwürdigkeit von Informationen

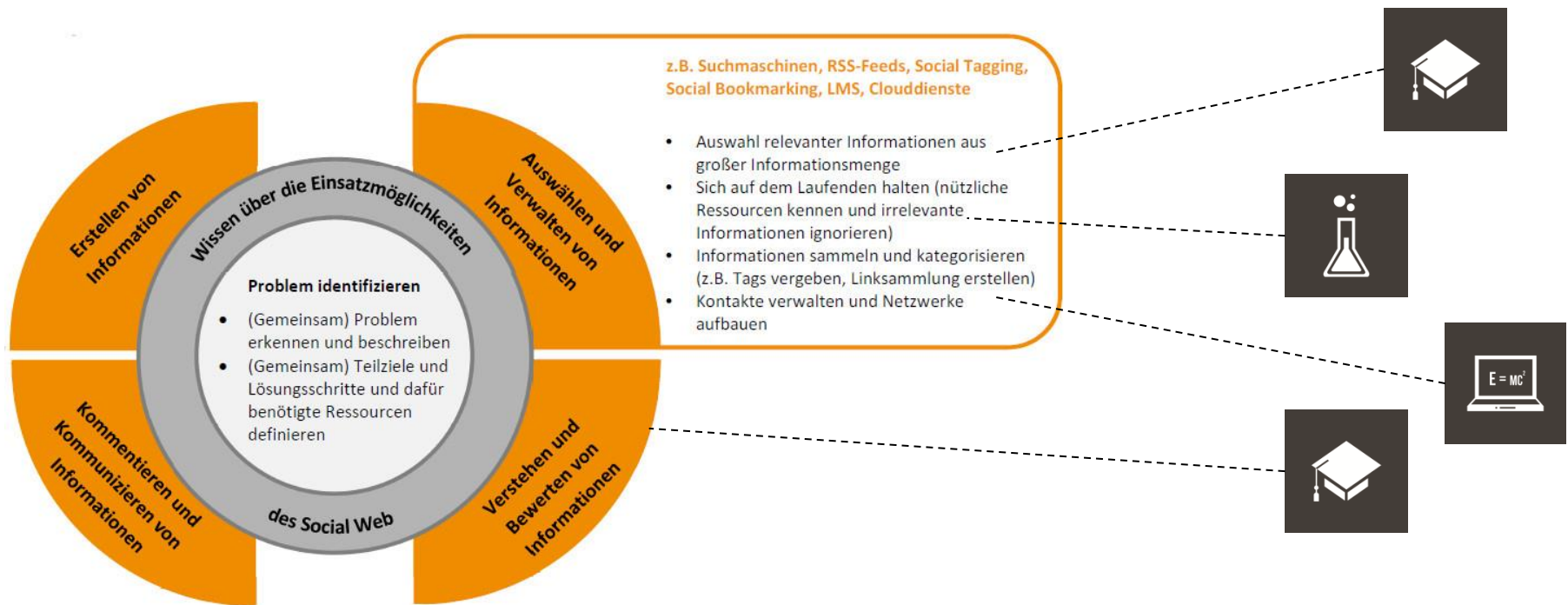
Beispielaufgabe:

Bitte lesen Sie die folgenden Webseiten zum Thema „Schädlichkeit von Laserdruckern“ durch und geben Sie für jede Seite an, ob Sie deren Inhalte für ein Referat zu diesem Thema in der Schule verwenden würden. Bitte begründen Sie Ihre Antwort.

*Beispielaufgabe zur Erfassung der Teilfertigkeit
„Kritische Bewertung der Glaubwürdigkeit von Informationen“*

Integration Fertigkeitenmodell & Sozialer Navigator

- Rahmenmodell als integraler Bestandteil des Sozialen Navigators
 - Erstellen von Aufgaben zur Erfassung von Fertigkeiten
 - Annotation von Inhalten mit vermittelten Fertigkeiten

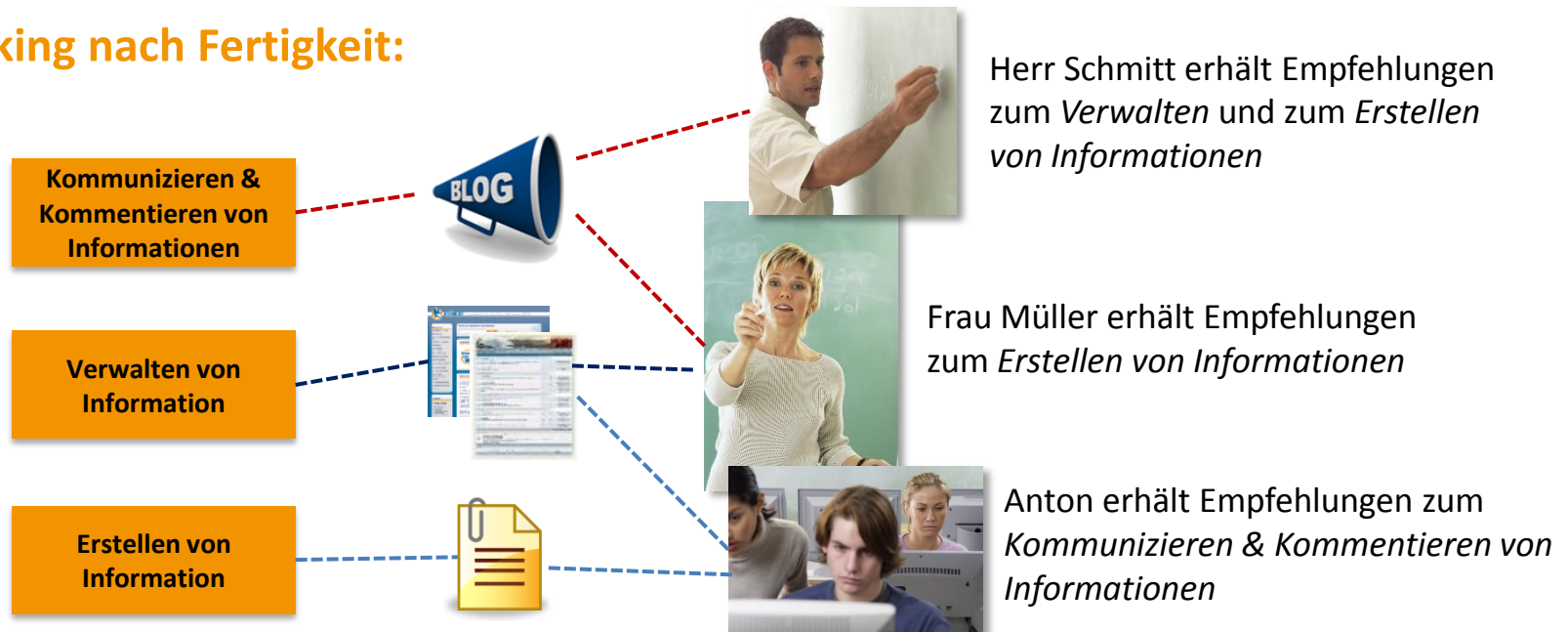


Verknüpfung von Inhalten mit Teilfertigkeiten des Rahmenmodells „Social Web Fertigkeiten“

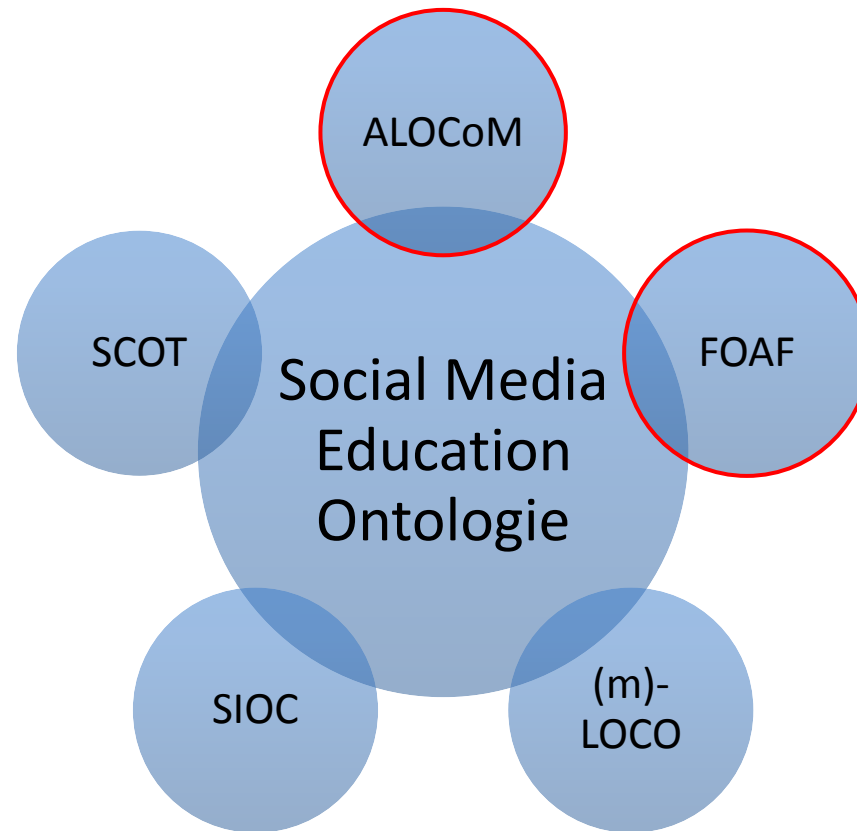
Integration Fertigkeitenmodell & Sozialer Navigator

- Rahmenmodell als integraler Bestandteil des Sozialen Navigators
 - Erstellen von Aufgaben zur Erfassung von Fertigkeiten
 - Annotation von Inhalten mit vermittelten Fertigkeiten
 - Gezielte Inhaltssuche basierend auf Fertigkeiten und personalisierte Inhaltsempfehlungen basierend auf Fertigkeitslücken

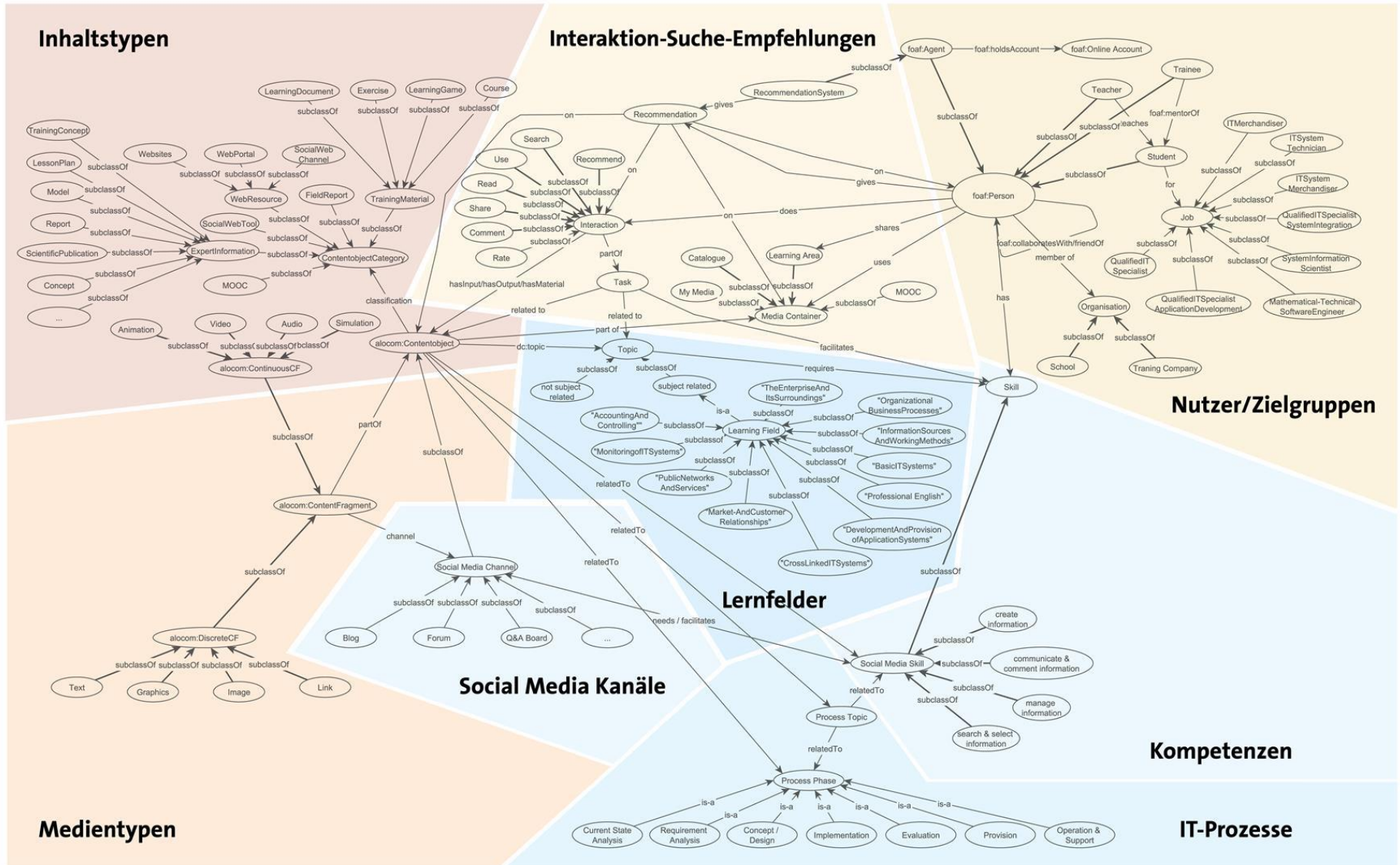
Ranking nach Fertigkeit:



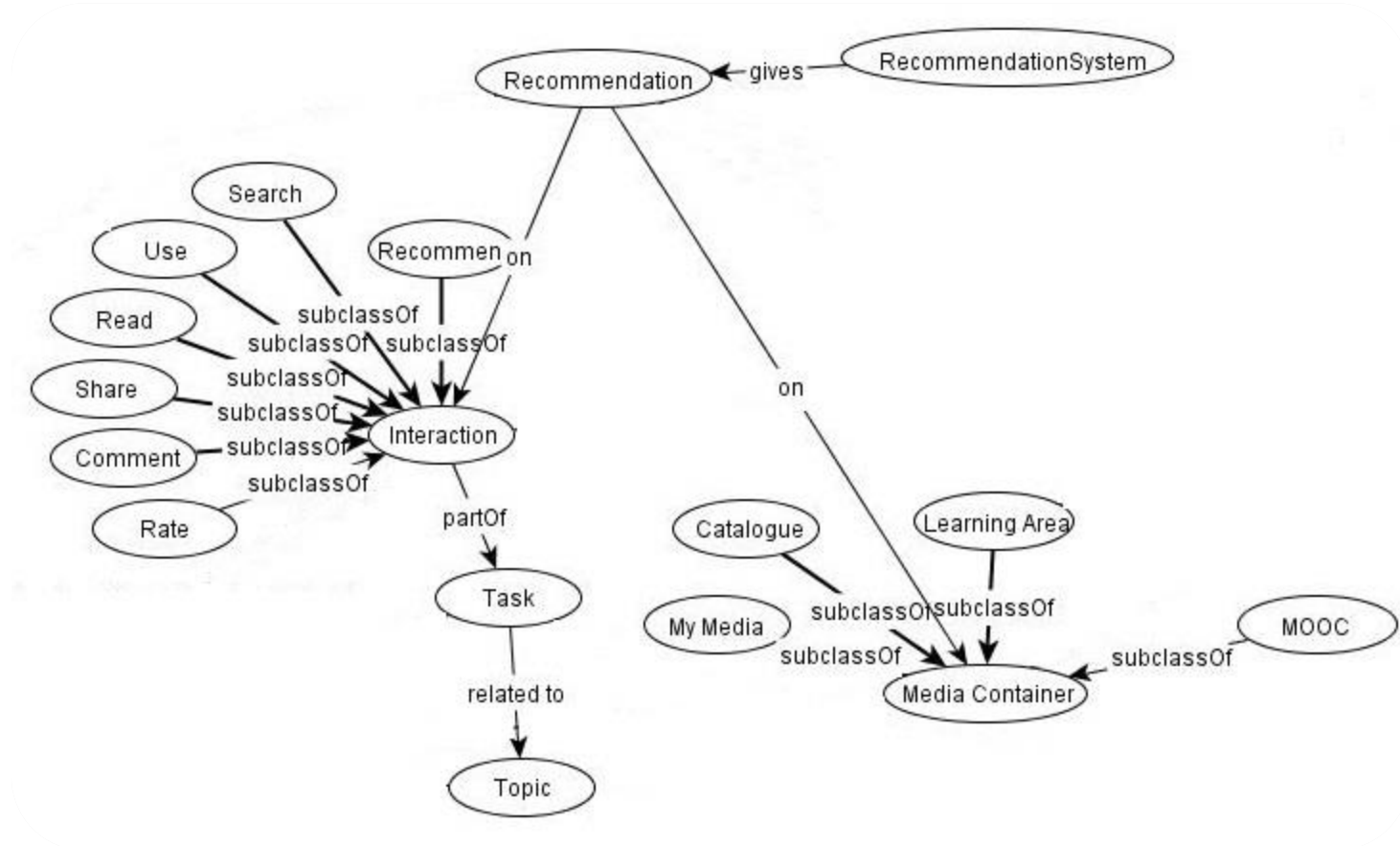
Analyse von bereits bestehenden Ontologien im Social Media Bereich



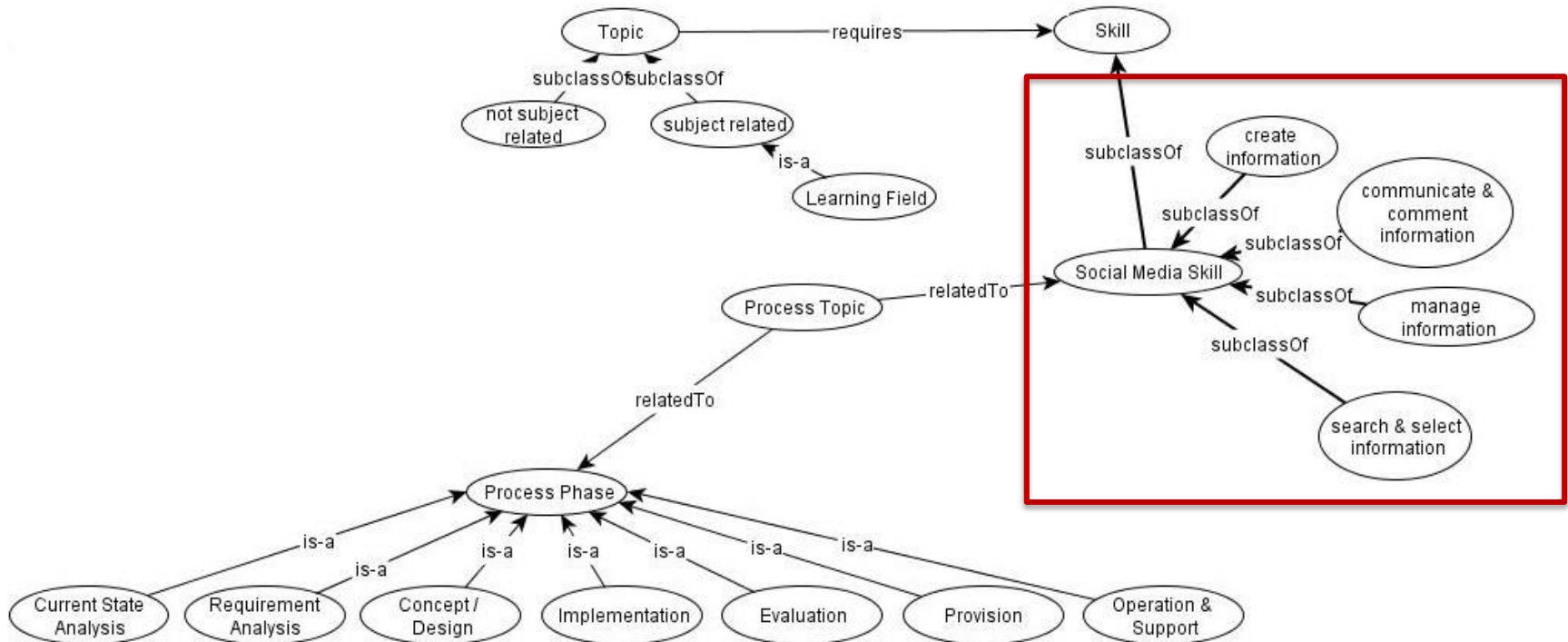
Ontologie: Gesamtübersicht



- Interaktionen, Suche und Empfehlungen

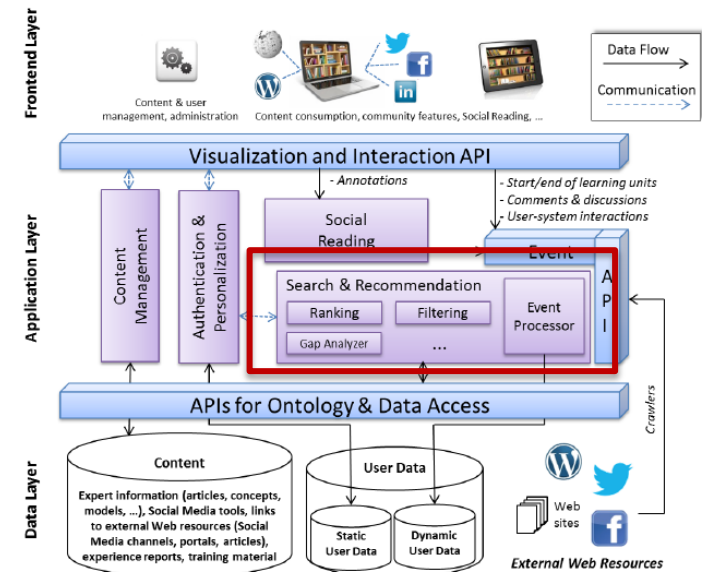


- Lernfelder, Fertigkeiten, IT-Prozesse

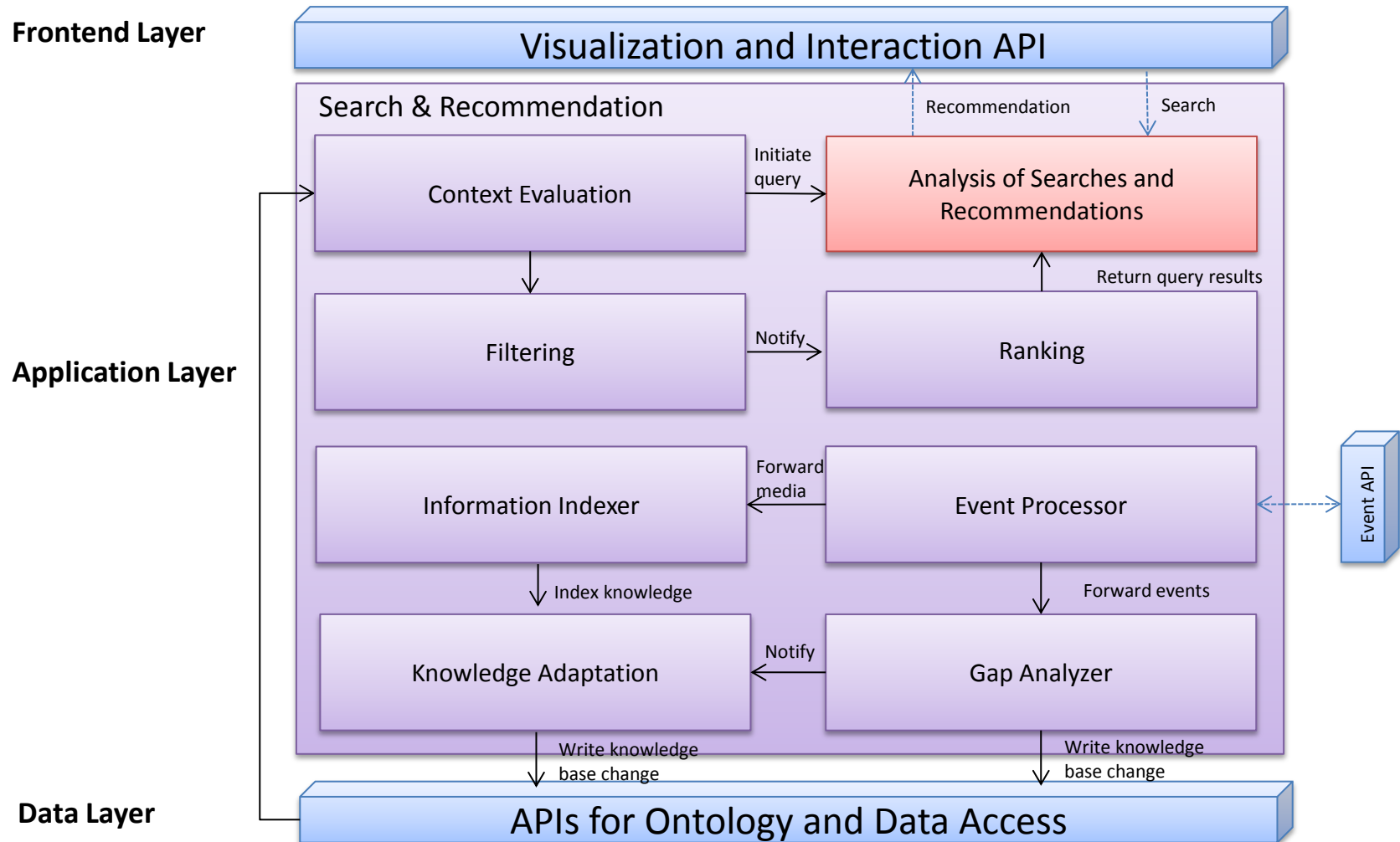


Such- und Empfehlungskomponente

- Einstiegspunkt für **Informationsbedürfnisse** und **Suchanfragen** in Lehr- und Lernprozessen
- Unterstützung von **Empfehlungen**
- Unterstützung verschiedener **Interaktionsmodi**: explizite und implizite Anfragen
- Berücksichtigung von **Profilinformationen** (explizit & implizit) und dem Nutzerkontext (z .B. aktueller Schritt im Lehr- oder Lernprozess)
- **Interaktionsanalyse & Lernmechanismen** für Kontextmodelle und persönliche Profile



Such- und Empfehlungskomponente



■ Zusammenfassung

- Social Web Fertigkeiten als zentraler Baustein der beruflichen Ausbildung, nicht nur für IKT-Berufe
- Sozialer Navigator als technisch innovative Informationsplattform
 - Ziel: Vermittlung von Social Web Fertigkeiten in der beruflichen Ausbildung
 - Zielgruppen: Lehrer/Ausbilder, Auszubildende & Fachvorgesetzte
 - Enge Integration Sozialer Netzwerke & personalisierter Empfehlungen

■ Aktueller Stand

- Derzeit Evaluationsphase mit berufsbildenden Schulen
 - Evaluation der Usability des Systems
 - Evaluation der integrierten Inhalte
 - Iterative Integration von inhaltlichem & technischen Nutzer-Feedback
- Freie Online-Schaltung geplant für Q3/2014
 - Pilotierung zusammen mit Online Kurs (MOOC) für Lehrkräfte und Ausbilder zum Thema Vermittlung von Social Web Fertigkeiten

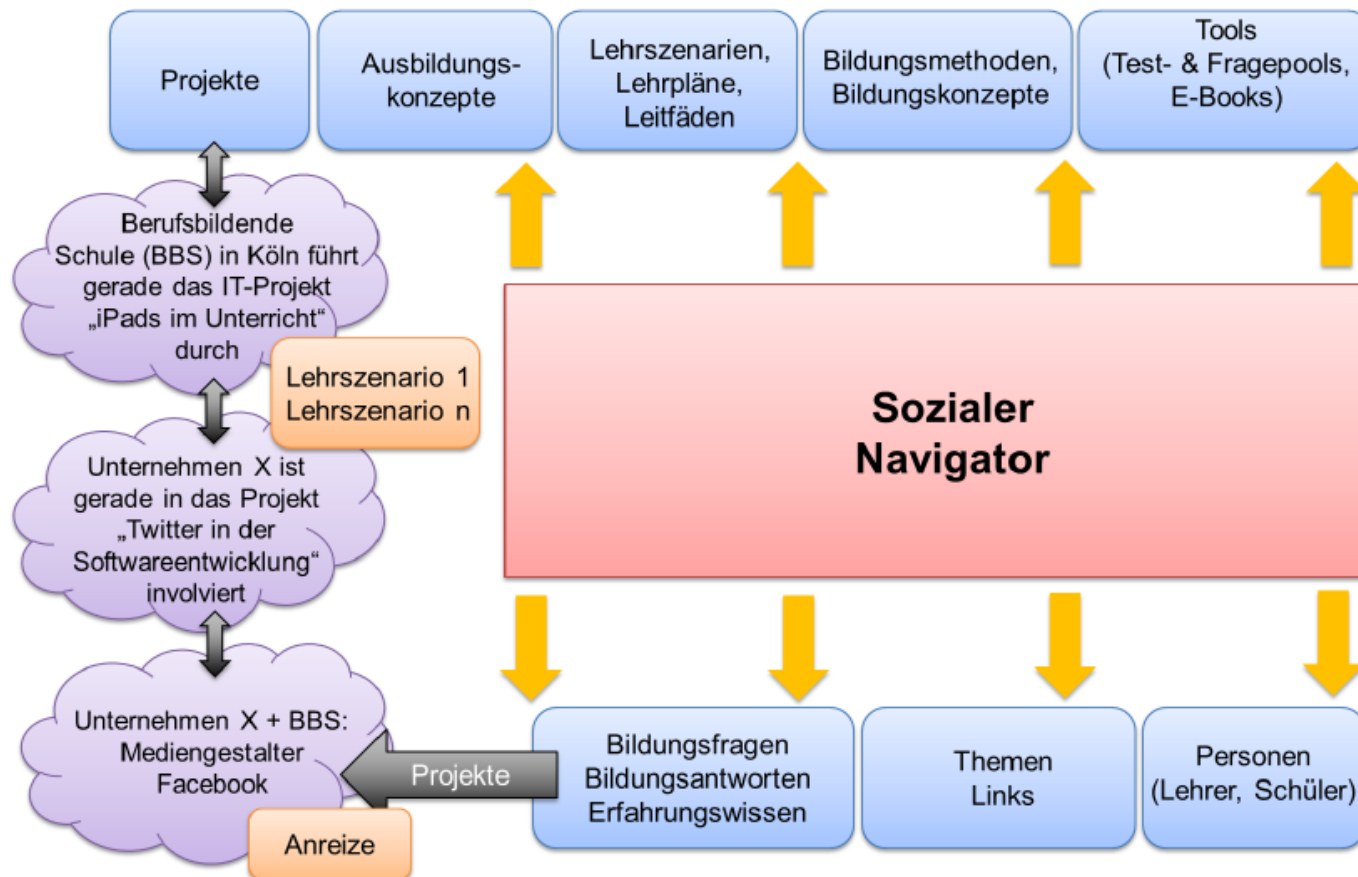


Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Weitere Informationen finden Sie auf www.kommit-projekt.de

Der Sozialer Navigator

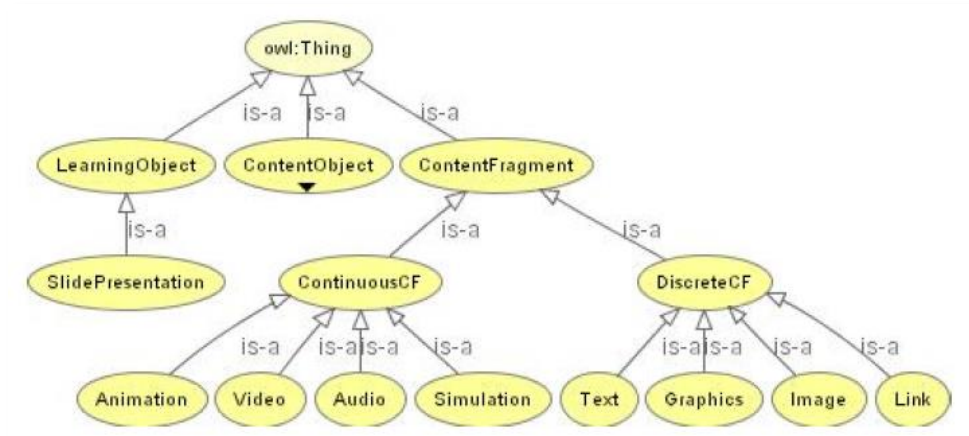
- Endnutzer-orientiertes Informationsportal zur Vermittlung von Informationen rund um das Thema Social Media



Sozialer Navigator: Frontend mit Social Media Integration

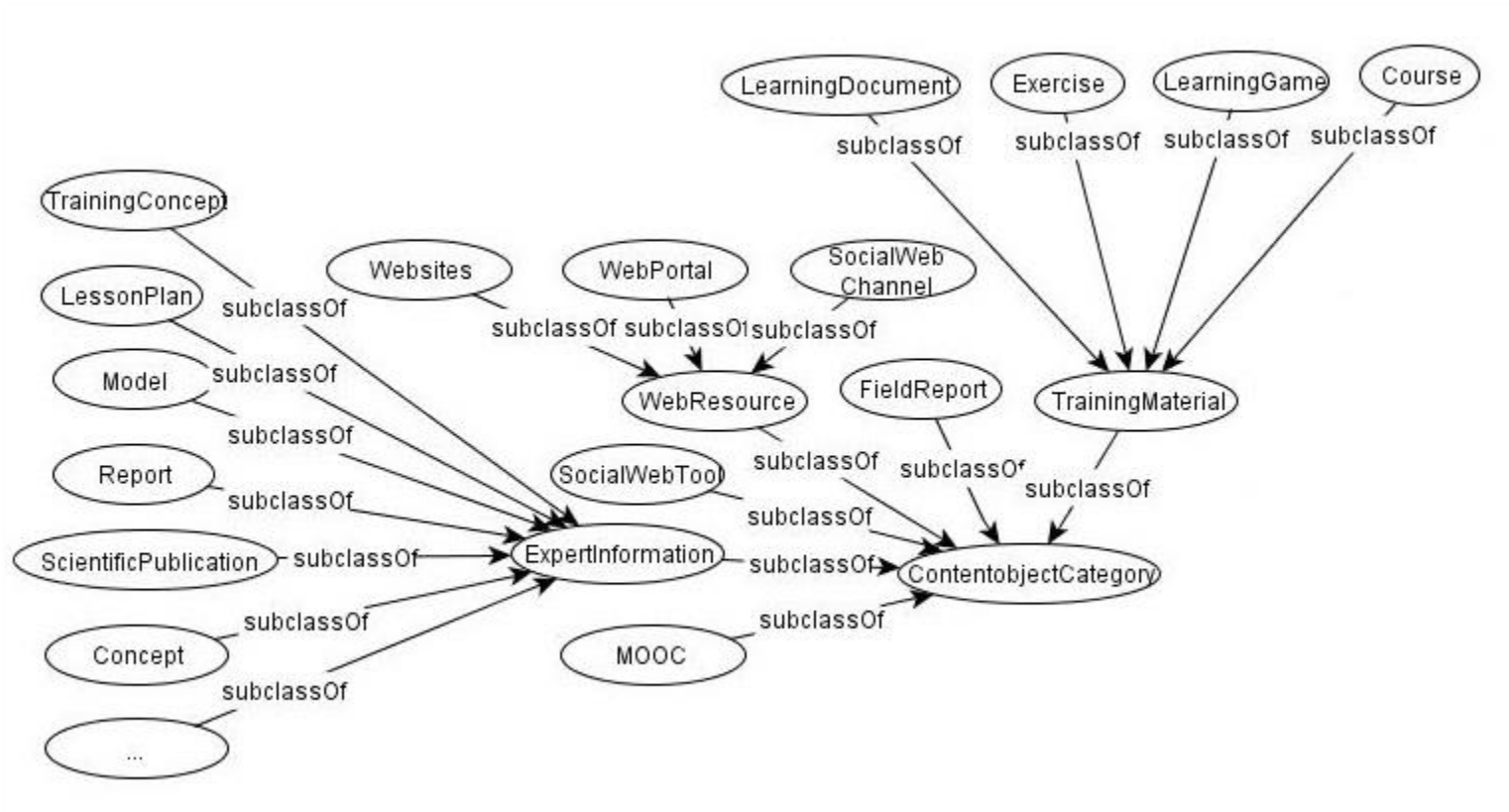
- HTML5 Frontend optimiert für mobiles Lernen
 - Responsives Design (Desktop vs. Tablet. vs. Mobiles Telefon)
- Integration von Social Media Kanälen
 - Relevante Blogs, Twitter, Facebook & ScoopIt Widgets
 - Forum mit Sozialer Netzwerk Integration
 - Social Reading
 - Kommentieren und Annotieren von Lernobjekten und Texten
 - Teilen der Kommentare und Diskussionen mit der Community
 - Zugrunde liegende Ideen
 - Verbesserte Nutzererfahrung durch die Nutzung sozialer Medien
 - Automatisches Erlernen von Social Web Fertigkeiten durch Nutzung des Sozialen Navigators

- ALOCoM
- “Abstract Learning Object Content Model”
- Rahmenwerk zur Wiederverwendung von Lernobjekten
- Übernommene Konzepte:
 - ContentFragment (continuous & discrete)
 - ContentObject

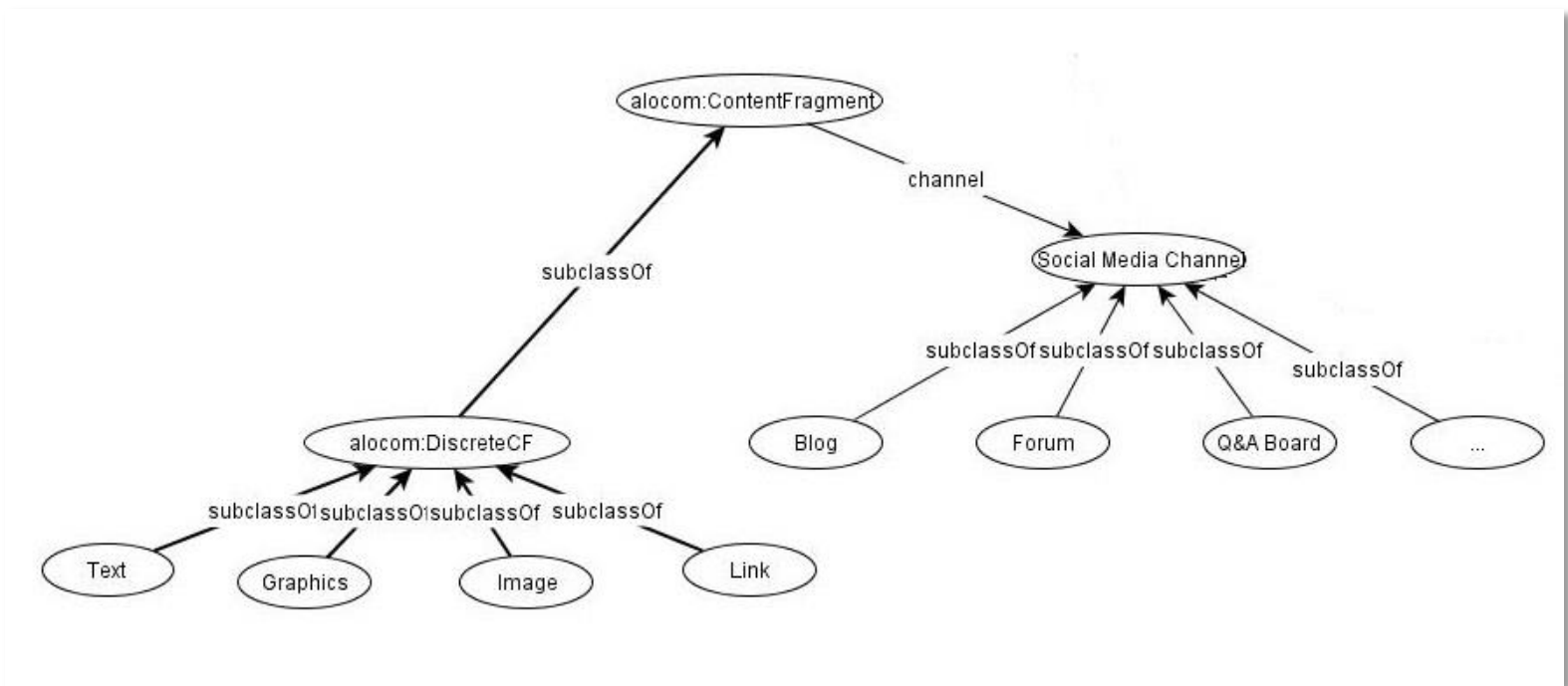


Verbert, K., Jovanovic, J., Duval, E., Gasevic, D., Meire, M. (2006):
Ontology-based learning content Repurposing: the ALOCoM Framework,
International Journal on E-learning, 5(1), 67-74.

■ Inhaltstypen



- Medientypen und Social Media Kanäle



■ Nutzer und Zielgruppen

