
Vorwort	6
1. Virtuelle Bildung als Teil der Internationalisierungsstrategie	8
2. Virtuelle Bildung – Ein Überblick	11
2.1. Wissen für alle	12
2.2. Die Anfänge der virtuellen Bildung – freie Bildungsressourcen im Netz	16
2.3. Frühe Projekte – Herausforderungen und Lessons Learned	19
2.4. Das 21. Jahrhundert – Die Globalisierung der Bildung	28
2.5. MOOCs – Vom E-Learning zur virtuellen Bildung	37
2.6. Fazit	45
3. Was bringen Massive Open Online Courses?	50
3.1. MOOCs & Co. – Chancen und Herausforderungen	51
3.2. Revolution der Hochschulen oder Industrialisierung des Denkens? – Ein Gespräch	57

4.	Das Internationalisierungspotenzial heben	69
4.1.	Qualitätsstandards für internationale Zielgruppen	71
4.2.	Kulturspezifische Qualitätsstandards für die virtuelle Hochschulbildung	76
4.3.	Die Zukunft der Mobilität – virtuell und /oder real?	98
4.4.	Können digitale Bildungsangebote die Internationalität von Universitäten erhöhen?	102
4.5.	Virtuelle Bildung in den Marketingstrategien deutscher Hochschulen	116
4.6.	Emergente Formen digitaler Lehre aus Sicht des Hochschulmarketings	120
4.7.	Weltweite Visibilität und internationale Markenführung durch virtuelle Lehre?	149
4.8.	Demokratisierung des Zugangs zu Hochschulbildung?	169
4.9.	„The dark side of the MOOC“: Eine Hochschule für alle?	174
<hr/>		
5.	Rückblick und Ausblick	193
<hr/>		
6.	Anhang	198
6.1.	Autoren	198
6.2.	Begriffsklärung	200