

Profiel: just be!

CMD project: Jaar 1, Kwartaal 2 (winter 2011-2012)

Hogeschool Rotterdam – CMI

Opleiding: Communication & Multimedia Design

Auteur: Belinda Mulder & project team just be 2012

Datum: 8 november 2011 (versie: 3)

Modulecode: CMDPRJ2 (4 ECTS)

Project: Just be!

Bijna elke internetgebruiker is ongetwijfeld al lid van een online community of social network, denk aan Hyves, FaceBook en LinkedIn. Een community is een platform waarvan je lid kan worden, met als doel andere mensen te leren kennen en van elkaar te leren.

Een community is een plek waar mensen van een bepaalde doelgroep elkaar opzoeken.

Ze hebben overeenkomstige behoeften en bundelen die binnen dit netwerk.

De filosofie van een community is dat je doordat je met zijn allen deelneemt en ieder zijn ervaring inbrengt, je met elkaar een hele waardevolle verzameling kennis en ervaringen opbouwt. Een mooi voorbeeld is Last.fm. Jij, als gebruiker voegt je eigen muziekverzameling toe en doordat Last.fm zoveel gebruikers heeft, zijn er ook mensen met een muziekverzameling die vergelijkbaar is met de jouw collectie. Last.fm combineert deze en kan jou laten kennismaken met nieuwe muziek die je waarschijnlijk een waardevolle aanvulling op je collectie is. Zo verzamelt Last.fm veel kennis van muziek en weet die kennis te brengen bij degene die er op zit te wachten.

Naast het delen van kennis, vormt de informatie die je publiceert op een community een onderdeel van je (online) identiteit. Sociale netwerken als Hyves maken het mogelijk om wie jij bent, zichtbaar te maken voor anderen. Deze identiteit wordt gevormd, door het aantal vrienden dat je hebt, de wijze waarop je je profiel hebt vormgegeven en dat wat je daar doet (bijvoorbeeld „krabbelen” op Hyves). Deze identiteit kun je actief beïnvloeden. Dit gebeurt niet alleen op Hyves maar op veel meer kanalen: je foto's staan op Flickr, je video's op YouTube, je persoonlijke mening op een blog, je deelt je bookmarks op Delicious, of rapporteert je dagelijkse activiteiten via Twitter.

Communities bestaan overigens niet alleen online, ook je opleiding en je klas is een community. Je kunt je klas of opleiding een lerende gemeenschap noemen: je leert immers niet alleen van de docent, maar ook van je studiegenoten. Zo zijn er binnen de Pieter de Hoochweg 129 verschillende communities die bewust/onbewust behoefte hebben aan een online community.

Ook voor de beschikbare media geldt dat niet alleen het web een manier is om een doelgroep met elkaar te verbinden ook dit kan in het echt! Wat nu als de school (PdH) het world wide web is? Hoe zorg je dan dat je ook offline een community kan faciliteren?

Opdracht

Doelgroep bepalen en een passende community ontwikkelen

Jullie gaan dit kwartaal een community ontwikkelen die iets toevoegt (waarde creëert) voor de doelgroep. Jullie opdrachtgever is Media Opleidingen /Lokatie Pieter de Hoochweg. Zij zijn op zoek naar de behoefte van de verschillende doelgroepen op school en hoe een community deze mensen goed zou kunnen faciliteren. De hogeschool heeft er belang bij dat de mensen (betrokken bij de opleiding en school) zich met gelijkgezinden in een community kunnen vinden (samenkomen).

Om dit te bereiken dien je eerst met je team te gaan ontdekken welke doelgroepen er zijn binnen de Media Opleidingen (locatie Pieter de Hoochweg). Welke categorieën studenten zijn er? Zijn er misschien ook nog andere categorieën dan studenten?

Bij deze opdracht nemen we niet het www als web, we beschouwen de Pieter de Hoochweg als Wereld Wijde Web. Ter voorbereiding op het doelgroepenonderzoek, wordt als eerste de locatie te verkend en moet er een antwoord komen op de volgende vragen:

- Welke mogelijkheden biedt de locatie?
- Hoe zit het gebouw in elkaar?
- Welke "gebruikers" zijn er?
- Welke informatievoorzieningen zijn er?
- Wat wordt er wel en niet gedeeld?

Etc.

Zodra bovenstaand inzichtelijk is gemaakt, gaat ieder team een doelgroep selecteren, om deze nog dieper en uitgebreider te gaan onderzoeken. Het doel is om ALLES van ze te weten te komen, voornamelijk wat en waarom ze bepaalde dingen doen. Waar heeft de doelgroep behoefte aan? Hoe willen zij zich verbinden met anderen uit de doelgroep?

Het eindproduct van dit project is een online community. We gebruiken de school als online platform. De community levert een wezenlijke bijdrage aan de behoeftes van de door jullie gekozen doelgroep.

Analyseer de needs and wants van de doelgroep; op basis van deze analyse stel je het doel van het platform vast en bepaal je welke informatie het platform bevat. Ontwerp een structuur waarbij je nadenkt over hoe de informatie beheersbaar, gebruiksvriendelijk en overzichtelijk kan worden weergegeven. Onderzoek ook welke bestaande platformen je kunt gebruiken (blog, forum, wiki, etc).

Uiteindelijk lever je een compleet en realistisch prototype op dat duidelijk maakt hoe je concept er uit gaat zien en gaat werken. Denk hierbij ook na over de profiel pagina's: hoe kunnen zij zich presenteren en hoe wordt men aan elkaar verbonden?

Randvoorwaarden

- De community dient een platform te zijn die een wezenlijke bijdrage levert voor je doelgroep.
- De community kenmerkt zich door een eigen identiteit die aansluit op de doelgroep. Tailor made, uniek voor de doelgroep.
- De community bevat relevante content; beeldmateriaal (illustraties, animaties, foto's) en tekst.
- De community heeft 1 hoofddoel en minstens 2 subdoelen.
- Technische beperking: alles wat nu online mogelijk is is toegestaan.

Profielpagina's

Een deel van de community dient te bestaan uit profielpagina's. Wat voor portret zet je neer? Waar bestaat een student en de doelgroep uit op deze community?

Week	Les	Opdrachten
1	Kickoff – briefing - teams	Plan van aanpak
2	Exploreren www	3 doelgroepen uit diepen
3	Selecteren doelgroep en onderzoeksmethode	Doelgroep onderzoek
4	Brainstormen	Concepten ontwikkelen
5	Team evaluatie en concepten verder optimaliseren/ ontwikkelen	Definitief concept
6	Methode voor doelgroep testen	Testen & vormgeven
7	Concept aanpassen	Vormgeving
8		Deadline: 12:00 7 januari
9	Eindpresentaties en beoordeling	
10	Chaosweek	

Planning

Je bent voor dit project zelf verantwoordelijk voor gedetailleerde uitwerking van de planning.

Deze plaats je op je blog.

Deliverables

Alle files dienen voor vrijdag 7 januari 2012 (12:00 uur) geplaatst te worden op de CMD server in de in de speciale project space die voor elk team beschikbaar is.

[project.cmd.hro.nl/20011_2011/\[klas\]_team\[nummer\]](http://project.cmd.hro.nl/20011_2011/[klas]_team[nummer])

Belangrijk! Het proces dient inzichtelijk te zijn, dus alle documenten die betrekking hebben op het concept, ontwerp en ontwikkelproces moeten online staan. Van de eindproducten dienen uiteindelijk de source files beschikbaar te zijn. Alle documenten dien je op een professionele wijze aan te bieden: maak een html-pagina met verwijzingen naar de documenten, zo kun je er eventueel nog opmerkingen bij plaatsen en versie nummers aangeven. Naast het online beschikbaar stellen van de projectdocumentatie dient het team een weblog bij te houden. Dit weblog bevat de belangrijkste project documenten (voorstellen, schetsen, verslagen, planning, etc) en korte samenvattingen van de feedback die in de les is gegeven door zowel vak als projectdocenten. Deze weblog staat in je projectspace.

De deliverables voor dit project zijn:

- Procesdocumentatie (debriefing, planning, notulen, logboek)
- Inventarisatie categorieën/doelgroepen binnen school
- Doelgroep onderzoek
- Drie conceptvoorstellen (Doel? Voor wie? Waarom? Wanneer? Waarvoor? Hoe vaak? Delen? Interactie? Waarom?)
- Concept (Doel? Voor wie? Waarom? Wanneer? Waarvoor? Hoe vaak? Delen? Interactie? Waarom?)
- Voorbeeld profielen van doelgroep: op basis van behoeften van je doelgroep stel je je als designer voor hoe doelgroep zich profileert.
- Scenario's: beschrijf een aantal **voorbeelden van het gebruik van een** community door je doelgroep.
- Schematische weergave van **de functionaliteiten. Hoe maak je het voor gebruikers duidelijk hoe het werkt?** Verwijzing naar medmec q1. Taal die uitlegt hoe een product werkt.
- Schetsen visueel ontwerp
- Reactie van de doelgroep. Ervaring en interpretatie van de doelgroep. Begrijpen ze het? Wat is hun ervaring en wat is jullie interpretatie daarvan?
- Eindproduct: een realistisch prototype op die duidelijk maakt hoe je concept er uit gaat zien en gaat werken.

Beoordeling

Aan het einde van het project dien je het proces en eindproduct te presenteren aan de vakdocenten en projectdocent. De beoordeling duurt 30 minuten en voor de presentatie krijg je maximaal 10 minuten, zodat er tijd is voor vragen en feedback van de docenten. Niet ieder lid van het team hoeft te presenteren. Het is zelfs beter als 1 of 2 leden van het team de presentatie op zich nemen. Wel moeten alle leden van het team aanwezig zijn en dienen alle teamleden in staat te zijn de presentatie te geven (één week voor aanvang van de presentatie wordt door de projectdocent bepaald wie de presentatie gaat geven)!

De presentatie moet het karakter hebben van een pitch. Je dient zelf na te denken over de structuur en de vorm waarin je de presentatie geeft. Het is belangrijk om in het achterhoofd te houden, dat je de opdrachtgever dient te overtuigen. Zorg daarom voor een goede argumentatie en onderbouwing, pakkende voorbeelden en communiceer je concept op een heldere wijze. In je presentatie dienen de volgende punten minimaal verwerkt te zijn:

1. Informatie over de doelgroep. Hoe heb je het onderzoek naar deze doelgroep aangepakt en hoe kom je tot je conclusies?
2. Een samenvatting van het concept (bij voorkeur uitgewerkt in verschillende visuals)
3. Een demonstratie van het product (presenteer het product aan de hand van een scenario)

De teambeoordeling vindt plaats op basis van het proces, deliverables, eindproduct en eindpresentatie. Individuele teamleden worden beoordeeld middels een self- en peerassessment, waarbij wordt gekeken naar: inzet, samenwerking en de kwaliteit van de individuele inbreng. Let op! Indien de peerassessment niet tijdig wordt ingeleverd is het project onbeoordeelbaar (resulteert in een "1").