



Experience Design

Ontwerpen voor beleving

CMDDES01-8 - voltijd

Aantal studiepunten: 3
Cursushouder: Marije Smits
Versie 3.3: juli 2016

Goedgekeurd door: (namens toetscommissie) Datum:
--



Korte Cursusbeschrijving

Cursusnaam	Experience Design (Kennisgestuurd)
Cursuscode	CMDDES01-8
Aantal studiepunten	3 studiepunten
Studiebelasting-uren en looptijd	Dit studieonderdeel levert de student 3 studiepunten op, hetgeen overeenkomt met een studielast van 84 uren verdeeld over 9 lesweken. De verdeling van deze 84 uren over de collegeweken is als volgt: Begeleide colleges 7 weken (7 * 150 minuten) 18 uur Onbegeleide uren per week: Literatuurstudie (6 * ±1,5 uur per week) 9 uur Tijd voor verwerkingsopdrachten (7 * 4,5 uur per week) 32 uur Bezoek locatie experience 8 uur Ruis (20% incubatie, inspiratie, rommel, pech en rust) 16 uur totaal 84 uur
Relatie met ander onderwijs	Deze cursus loopt parallel met 'Experience Branding' en wordt gevolgd door het 'Project Experience'. In dit project pas je de kennis en vaardigheden uit deze cursus toe.
Vereiste voorkennis:	Deze cursus gaat er vanuit dat de student 'Visuele communicatie', 'Design Basics', 'Information Design', 'Branding' en 'Customer Understanding' heeft gevolgd.
Werkvormen:	Werkcollege, zelfstudie, teamwerk, presentatie opdrachten
Toetsing:	Herkansing: herkansing van deze cursus betekent het aanleveren in week 8 van het volgende kwartaal van het verbeterde werk waarbij het volgende ritme geldt: Eind week 2 van OP2 cijfers in Osiris Eind week 8 van OP2 inleveren herkansingsopdracht Eind week 1 van OP3 cijfer herkansing in Osiris. Bij een onvoldoende herkansing moet je de cursus in het volgende studiejaar opnieuw volgen.
Leermiddelen:	Verplicht: • Beeldtaal Jos van de Broek ISBN 978-94-6236-515-5 Tweede druk http://beeldtaal.boom.nl/ (of indien al in bezit: eerste druk) • Reader Experience Branding (I003) _ CMDMAR01-4 CMD2VT te verkrijgen via: www.studiebijdehand.nl • Adobe Creative Suite, diverse schetsmaterialen (afhankelijk van eigen invulling van de opdrachten) • Camera (dit mag camera van telefoon zijn), zwarte fineliner, A3 map
Draagt bij aan eindkwalificaties:	Empathie en verbeelden



Leerdoelen:	Verbeelden: je kunt aan de hand van merk- en menswaarden een beleving verbeelden Empathie: je kunt het verschil beoordelen tussen de intentionele waarden in een ontwerp en de beleefde waarden bij een gebruiker
Inhoud:	Experience Design, semiotiek, sensorial design, emotional design, stijlelementen
Opmerkingen:	In de werkcolleges worden opdrachten gemaakt die ondersteunend zijn voor de eindopdracht. Daarom is het noodzakelijk dat de student minimaal 5 van 7 lessen bij woont.
Cursushouder:	Marije Smits
Auteur(s):	Marije Smits
Datum:	juli 2016

1. Algemene omschrijving

Als ontwerper verander je een bestaande situatie. Als Experience designer, oftewel “belevingsontwerper”, focus je op de beleving van die situatie. Er is niet alleen een handeling die je regisseert, je probeert ook invloed te hebben op hoe de gebruiker zich hierbij voelt: wat hij of zij ervaart. Voor een merk betekent het dat de gebruiker een relatie aangaat met het merk. Hiervoor moet je je goed kunnen inleven in de persoon die de ervaring ondergaat. Maar je moet ook het karakter van het merk heel goed begrijpen. In de cursus Experience Design gaan we aan de slag met kennis & tools die je nodig hebt bij het ontwerpen voor een beleving.

1.1 Inleiding

De kernvraag waar je iedere keer op terug komt in een ontwerp is “wat betekent dit voor de gebruiker”. Startpunt is hierin “wat betekent dit voor jou”. De theorie helpt je om inzicht te krijgen in deze materie en deze kennis pas je toe in je opdrachten.

Je ontwikkelt je sensitiviteit binnen het kader design, je vult je gereedschapskist met theorie, modellen en tools. Je ontwikkelt je aandacht voor de impact van design. Deze aandacht voor het ontwerpproces levert kwaliteit op. De opdrachten zijn tevens stappen of deelopdrachten in het ontwerpproces. Experience Design biedt je de training waarmee je de oplevering van het hier op volgende Project Experience tot een meer betekenisvolle experience kunt maken.

De nadruk in deze cursus ligt op het onderzoeken van betekenis. Dit moet niet alleen worden onderzocht voor beeld maar ook voor geur, klank, tast en smaak. Hierbij is een mix van digitale en analoge tools en materialen noodzakelijk omdat vorm, geur en smaak niet audiovisueel gedocumenteerd kunnen worden.



1.2 Relatie met andere onderwijsseenheden

De vaardigheden en inzichten die je hebt opgedaan bij de vakken in de propedeuse ga je verder ontwikkelen met de focus op Experience Design. De ontwerpfases die je in het Project Experience doorloopt worden kun je invulling geven door wat je leert in de vakken Experience Branding en Experience Design.

1.3 Leermiddelen

Verplichte literatuur

Beeldtaal Jos van de Broek ISBN 978-94-6236-515-5 Tweede druk

Of indien al in bezit: Beeldtaal Jos van de Broek ISBN 9047301153, eerste druk ook beschikbaar via de digitale bibliotheek van de Hogeschool:

<http://hr.bibliotheek.budh.nl.ezproxy.hro.nl/boek/9789047301158/>

Reader Experience Branding (I003) _ CMDMAR01-4 CMD2VT te verkrijgen

via: www.studiebijdehand.nl

Reeds in bezit (CMD jaar 1) Sketching User Experiences: The Workbook Buxton, Bill ISBN 9780123819598 Elsevier Science & Technology

Materialen: Adobe Creative Suite, zwarte fineliner, A4 mapje (om schetsen netjes te houden), diverse schetsmaterialen (afhankelijk van eigen invulling van de opdrachten), camera of telefoon waarmee je goede foto's kunt maken.

Je update wekelijks de documentatie van de opdrachten in N@tschool om zo je voortgang inzichtelijk te maken. Alle milestones, documentatie en handige links vind je op de daarvoor ingerichte ruimte op N@tSchool.

Op <http://vakgroep.cmd.hro.nl/xdes/> vind je naast voorbeelden ook actuele inspiratiebronnen.

Aanbevolen literatuur

Making Meaning: How Successful Businesses Deliver Meaningful Customer Experiences - Shedroff, N. Diller, S. & Rhea, D New Riders Publishing 2006 ISBN10: 0321374096, ISBN13: 9780321374097

Branded Interactions, Creating the Digital Experience - Marco Spies Thames & Hudson ISBN 9780500518175

Economie van Experiences 4^e editie – Boswijk, Peelen, Olthoff Pearson ISBN 9789043028974

De imagineer, ontwerp beleving met betekenis - Gabrielle Kuiper, Bert Smit ISBN10: 9046902765, ISBN 13: 9789046902769

This Means This, This Means That - Laurence Hall (2012). ISBN 978-1-856-69735-4



2 Programma

In deze cursus onderzoek je de beleving van een bestaand merk. Daarnaast werk je in de les samen in je projectteam aan opdrachten die een basis leggen voor jouw begrip voor het ontwerpen van een beleving. In het Project dat hierop aansluit ga je in een team een experience ontwerpen en pas je het geleerde toe.

2.1 inhoud van de lessen en de opdrachten per week

Week	Lesinhoud	Activiteiten	Opdracht/literatuur
Les 01	<u>Wat is experience design?</u>	Introductie Experience Design en uitleg cursus Opdracht (team): Sensagram Opdracht (individueel): Experience in Beeld Kies je merk	Lees de cursushandleiding <i>Iedere week: maak de opdrachten, documenteer de resultaten in N@tschool & bestudeer de theorie</i>
Les 02	<u>Stijlelementen</u>	Vragen over de cursus? Opdracht (team): Pop-up Stel er komt een pop-up store van BNN. Maak op basis van de styleguide een moodboard hoe dat er uit zou zien. Maak een sensagram die laat zien wat de impact op de zintuigen is. Presenteer: Pop-up (team)	Onderzoek de experience, verzamel beeldmateriaal van huisstijlkenmerken van je merk Bestudeer de theorie
Les 03	<u>Verbeelden van waarde</u>	Opdracht (team) Verbeelden van Waarde mindmap, moodboard, 10 beelden bespreken verbeelden van waarde in testopstelling Maak met je team een serie van drie beelden die de gegeven waarde verbeelden Presenteer top drie beelden (team)	Bezoek je merk en maak foto's, notities etc. Maak een beeldverslag van je bezoek aan het merk Bestudeer de theorie Neem een betekenisvol voorwerp mee
Les 04	<u>Semiotiek</u>	Tussenbeoordeling beeldverslag bezoek experience Bespreek de meegebrachte voorwerpen (team)	Werk aan de opdrachten Bestudeer de theorie: <i>interactie, betekenis in context</i>
Les 05	<u>Actie & interactie</u>	Opdracht: storyboard tekenen Opdracht (individueel) schetsen Feedback op opdracht experience in beeld	Maak het storyboard van de merkbeleving Bestudeer de theorie: <i>storytelling</i>



Les 06	<u>Storytelling</u>	Opdracht (team) Fotobijschrift Maak het onderzoeksdocument compleet en geef aan waar er eventueel elementen van storytelling bij jouw merk zijn toegepast.	Werk aan je onderzoeksverslag en neem dit volgende week mee naar de les
Les 07	<u>Feedbackles</u>	Bespreek de opdrachten en je onderzoek	Feedback verwerken in het onderzoeksverslag
Week 08	<u>Opleveren</u>	Onderzoeksverslag opleveren in print en digitaal	Donderdag 27 oktober 2016

2.2 Opdrachten

Experience onderzoek: Experience in Beeld

Kies een bestaand merk uit dat een experience heeft ontwikkeld en bestaat uit meerdere touchpoints. Kies uit deze merkbeleving drie touchpoints, en onderzoek deze vanuit de rol van experience designer, m.a.w. je onderzoekt (per touchpoint) of en hoe de verschillende zintuigen worden aangesproken. En hoe deze beleving aansluit op de merkwaarden.

Je verzamelt de antwoorden van je onderzoek in een verslag dat je zo zou kunnen presenteren aan een opdrachtgever of een collega.

- Je onderzoeksverslag bestaat uit een mix van beeld en tekst. Beeld is voor zover mogelijk leidend, teksten vullen het beeld aan (als annotaties).
- Het is een visueel aantrekkelijk verslag om te bekijken. Zie het merk als je opdrachtgever.
- Formaat is liggend A3

Weekopdrachten

In de les maak je met een team een opdracht. Je plaatst een kort verslag met de teamresultaten in de weekopdracht map N@tschool.

3. Toetsing en beoordeling

3.1 Procedure

Het volgende is noodzakelijk om voor een beoordeling in aanmerking te komen:

- je neemt actief deel aan de lessen
- je levert op tijd en compleet je werk in (zie 2.1)
- je zorgt dat je, in de les, zowel met de docent als met medestudenten de opdrachten bespreekt en de feedback verwerkt in de uitwerking van je opdrachten.

De eindoplevering in lesweek 8 bestaat uit de documentatie in N@tschool van de lesopdrachten en het opleveren in print en digitaal van het onderzoeksverslag. Om te kunnen slagen voor de module, dient het cijfer een 5,5 of hoger te zijn.

Voorwaarden voor voldoende beoordeling van de opdrachten:

- je laat zien dat je de basis principes van visual design beheerst (Zie leerdoelen Design Basics en Information Design bijlage 4)
- de technische kwaliteit van het opgeleverde werk is goed (bestandformaat, resolutie, contrast, leesbaarheid)
- je taalgebruik is correct (HBO niveau) en je vermeldt de gebruikte bronnen



3.2 Hoe en wanneer krijgt de student feedback?

Feedback wordt gegeven in de lessen. Indien je niet aanwezig bent in de lessen of het werk niet volledig of op tijd hebt ingeleverd, heb je geen recht op feedback.

3.3 Herkansingen

De opdrachten kunnen worden herkanst in week 8 van het opvolgende kwartaal. Het onderzoeksverslag dient dan wederom in print (datum en tijd in overleg met docent) en digitaal voor vrijdagavond 20 januari 2017 23:59 uur te worden opgeleverd in N@tschool.



Bijlage 2 Beoordelingsformulier

Naam student:	Studentnummer:
Docent:	Datum:

VERBEELDEN

Je brengt vorm, functie en betekenis samen in de weergave van de beleving van het onderzochte merk. O / V / G / U

Je kiest de juiste middelen, presentatievormen en 'tone-of-voice' om je bevindingen op inspirerende en overtuigende wijze over te brengen. O / V / G / U

EMPATHIE

Je bent nieuwsgierig naar wat mensen drijft en wat betekenisvol voor hen is. Je kunt verklaren hoe het onderzochte merk hierop aansluit. O / V / G / U

Je begrijpt welke omgevingsfactoren (context) van invloed zijn op de interactie tussen de gebruiker en het merk. O / V / G / U

FEEDBACK

Je hebt in de teamopdrachten en in het bespreken van je werk aangetoond dat je open staat voor feedback en past deze feedback toe. O / V / G / U

VERZORGING

Het opgeleverde onderzoeksverslag is visueel aantrekkelijk, beeld is voor zover mogelijk leidend, teksten vullen het beeld aan. O / V / G / U

- Je past de basis principes van design toe
- Technische kwaliteit is voldoende
- Taalgebruik is correct
- Je vermeldt bronnen

Cijfer:

O – onvoldoende

aantal V – voldoende x 6 =

aantal G – goed x 8 =

aantal U – uitstekend x 10 =

Eindcijfer totaal / 6

Feedback & Herkansingsinstructies:

Docent naam + handtekening

1-5 = *Onvoldoende* 6/7 = *Voldoende* 8 = *Goed* 9/10 = *Uitstekend*



Bijlage 5: Toetsmatrijs

De toetsmatrijs geeft de relatie weer tussen de leerdoelen en opdrachten van een toets. Tevens geeft de toetsmatrijs aan op welk niveau het leerdoel getoetst wordt.

Toetsmatrijs voor Experience Design CMDDES01-8				
	Leerdoel	Eindkwalificatie	Toetsvorm	Gewicht
1.	<i>Je kunt aan de hand van merk- en menswaarden een beleving verbeelden</i>	Verbeelden (niveau: 'toepassen')	Opdrachten in de les en onderzoeksverslag	50%
2.	<i>Je kunt het verschil beoordelen tussen de intentionele waarden in een ontwerp en de beleefde waarden bij een gebruiker</i>	Empathie (niveau: 'toepassen')	Idem	50%



Bijlage 6: Studielast (normering in ects)

	aantal weken	aantal lesuren van 50 minuten	klokuren
Lesuren	7	3 x 50 min = 150 min	18
Zelfstudie			
Leestijd (lezen, niet leren)	aantal pagina's 90	10 per uur	9
Presentaties (in de les)			
Overlegtijd (in de les)			
Opdrachten maken	Per week 7x4,5		32
Toetsen			
	nabespreking		1
Eindopdracht	Bezoek experience (onderdeel van opdrachten)		8
Subtotaal in klokuren			68
Ruis 20%			16
Totaal in klokuren			84
Totaal in studiepunten (ects)		hier alleen veelvouden van 28 uur	84