

Leeruitkomsten

Leeruitkomst 1(interactieve media)

LinkedIn account & posts

Voorwoord:

Voor het project moeten we onderzoeksvragen formuleren voor elk individu, zodat we relevante en haalbare antwoorden kunnen verkrijgen. Deze antwoorden dienen als input voor het project. We groeperen en plannen de vragen, kiezen welke we deze sprint beantwoorden, en overwegen verschillende onderzoeksstrategieën voor het beantwoorden van deze vragen.

Oriënteren:

Onderzoeksvragen opgesteld

- Wat zijn de belangrijkste kenmerken en interesses van deeltijdstudenten die we willen aantrekken? *Hiermee kun je meer inzicht krijgen in de doelgroep en hun behoeften, wat essentieel is bij het ontwikkelen van een effectieve contentstrategie en het verbeteren van de website.*
 -
- Welke informatie zoeken deeltijdstudenten online wanneer ze overwegen om zich in te schrijven voor een deeltijdopleiding? *Door te begrijpen welke informatie studenten zoeken, kun je gerichte content maken die aan hun behoeften voldoet en hen stimuleert om zich aan te melden.*
 -
- Wat zijn de belangrijkste frustraties die huidige studenten ervaren bij het navigeren op de website en het verkrijgen van informatie over de opleiding? *Door de frustraties vast te stellen, kun je gebieden pin punten die verbeterd moeten worden op de website.*
 -
- Hoe kunnen we de ervaring van huidige deeltijdstudenten opnemen in onze contentstrategie en website-ervaring om hun betrokkenheid te vergroten? *Het betrekken van huidige studenten bij het proces kan waardevolle inzichten opleveren en ervoor zorgen dat de content en verbeteringen aansluiten bij de behoeften en verwachtingen van de doelgroep.*

Enquête:

Op basis van deze resultaten hebben ik een enquête opgesteld met als doel meer studenten aan te trekken voor de ICT-deeltijdopleiding aan Fontys. Het begon allemaal met het formuleren van onderzoeksvragen om een beter begrip te krijgen van het wervingsproces van de huidige deeltijdstudenten aan Fontys. Vervolgens hebben ik deze vragen omgezet in een enquêteformulier dat we hebben verspreid onder de Fontys deeltijdstudenten, met als doel inzicht te krijgen in hun achtergrond en hoe ze bij de deeltijdopleiding terecht zijn gekomen.

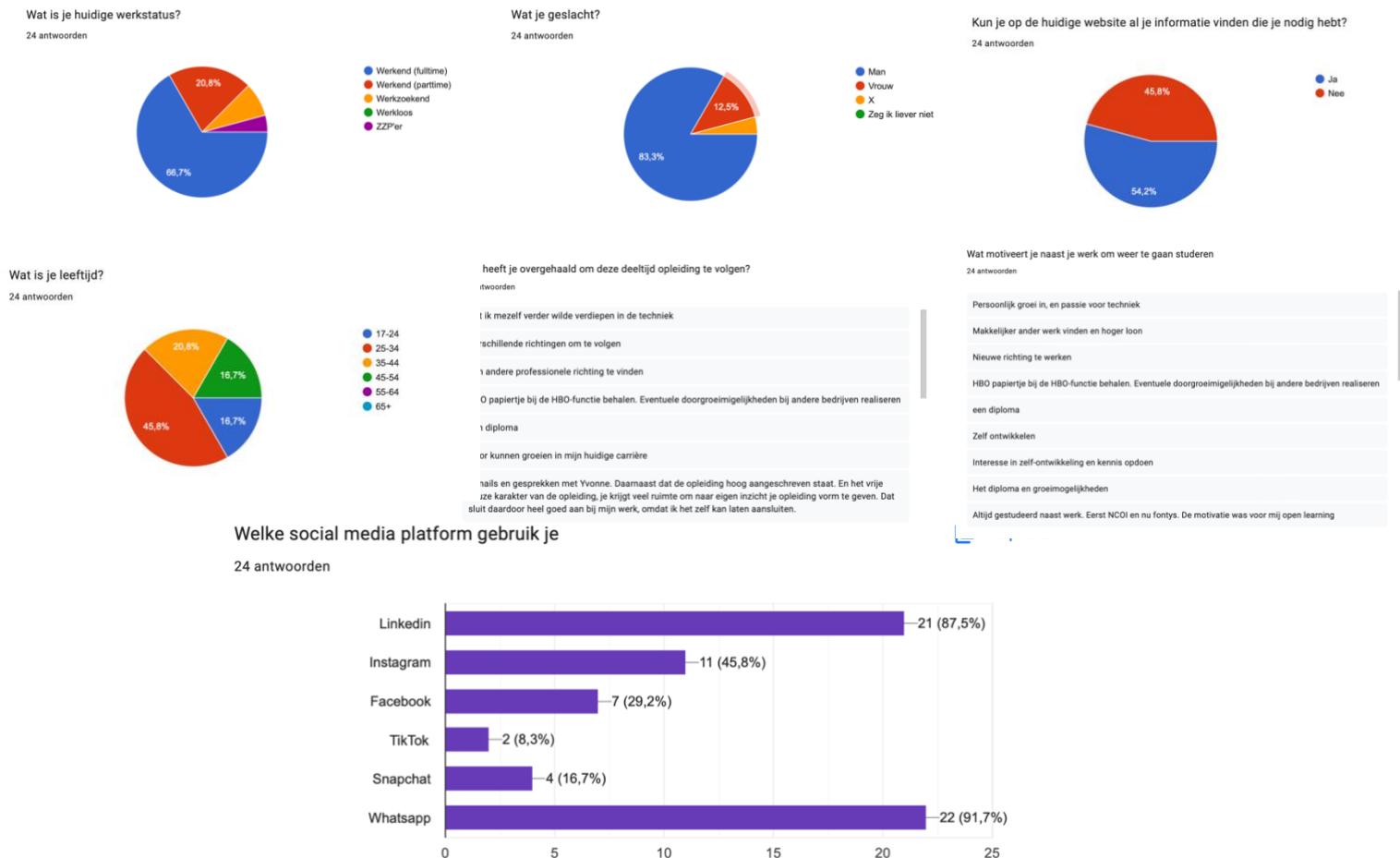
Een cruciaal aspect van deze enquête was het verzamelen van demografische gegevens, zoals leeftijdsgroep, werkstatus (fulltime, parttime, niet werkend), en het gebruik van sociale media bij hun zoektocht naar een opleiding. Dit was van belang omdat het ons in staat stelde te achterhalen welke strategieën we konden toepassen om potentiële studenten aan te trekken.

Al snel begonnen de resultaten binnen te stromen, waardoor we een duidelijker beeld kregen van ons beoogde publiek. Op basis hiervan hebben we persona's ontwikkeld, die een gedetailleerdere representatie boden van de verschillende potentiële studenten (zie bijvoorbeeld X voor de persona's).

Enkele van de meest cruciale inzichten die we uit de enquête hebben verkregen, waren:

1. **Leeftijdsgroepen:** De meerderheid van de respondenten viel in de leeftijdscategorie van 25-34 jaar, wat ons hielp om ons te richten op deze specifieke leeftijdsgroep in onze wervingsstrategieën.
2. **Gebruik van sociale media:** We ontdekten dat platforms zoals LinkedIn, WhatsApp en Instagram veel werden gebruikt bij het zoeken naar een opleiding, wat ons in staat stelde om gerichte campagnes op deze platforms op te zetten.
3. **Websiteverbeteringen:** Een aanzienlijk aantal respondenten gaf aan dat de website van Fontys Deeltijd verbeterd kon worden, met name wat betreft gebruiksvriendelijkheid en het gemakkelijk vinden van informatie zoals de kosten van de opleiding.

Deze conclusies hebben ons waardevolle inzichten geboden die we hebben gebruikt om onze wervingsstrategieën te verfijnen en aan te passen aan de behoeften en voorkeuren van potentiële studenten.



Op basis van deze resultaten heb ik een persona gemaakt:

Ontmoet Alba Castro, een gedreven jonge vrouw van 22 jaar oud. Met een afgeronde MBO-opleiding in de ICT heeft ze een stevige basis gelegd in haar vakgebied. Maar Alba is niet iemand die stilzit. Ondanks haar drukke leven als getrouwde vrouw en moeder van een kind van één jaar oud, is ze vastbesloten om haar kennis verder te verdiepen en te ontwikkelen.

Haar verlangen naar verdere academische groei leidde haar naar Fontys, waar ze een deeltijdopleiding heeft gevonden die perfect past bij haar levensstijl en ambities. Alba begrijpt dat de wereld van de ICT voortdurend evolueert en dat voortdurende educatie essentieel is om relevant te blijven in haar vakgebied.

De deeltijdopleiding bij Fontys stelt Alba in staat om haar passie voor ICT naast haar verantwoordelijkheden als echtgenote en moeder voort te zetten. Het biedt haar de flexibiliteit om haar studie in te passen in haar drukke schema, waardoor ze haar doelen kan blijven nastreven zonder concessies te doen aan haar familieleven.

MOTIVATIE STUDIE:

Alba wil haar kennis vergroten in het vak software development en haar verder ontwikkelen.

HOE HEB JE FONTYS GEVONDEN?

Ze heeft online gezocht naar deeltijdopleidingen in de ICT en is zo op de website van Fontys terechtgekomen.

BEZIGHEID:

Alba heeft haar MBO-opleiding afgerond. Ze is getrouwd en heeft al een kind, wat haar dagelijkse verantwoordelijkheden met zich meebrengt. Hierdoor heeft ze geen tijd om een voltijdse opleiding te volgen. Desondanks is ze geïnteresseerd in het volgen van een deeltijdse ICT-opleiding om haar kennis te vergroten.

SOCIAAL MEDIA

1. **Facebook:** Alba gebruikt Facebook gebruiken om in contact te blijven met vrienden en familie
2. **Instagram:** Alba gebruikt Instagram om foto's en korte video's te delen van haar dagelijkse leven
3. **LinkedIn:** Als Alba op zoek is naar professionele ontwikkeling, gebruikt ze LinkedIn om haar professionele netwerk op te bouwen
4. **WhatsApp:** Naast openbare sociale media, gebruikt Alba WhatsApp voor directe communicatie met vrienden, familie.

PERSONALITY



SKILLS

Technologie	★★★★★
Artistiek	★★★★★
Professioneel	★★★★★
Cybersecurity	★★★★★

TASTES AND HOBBIES

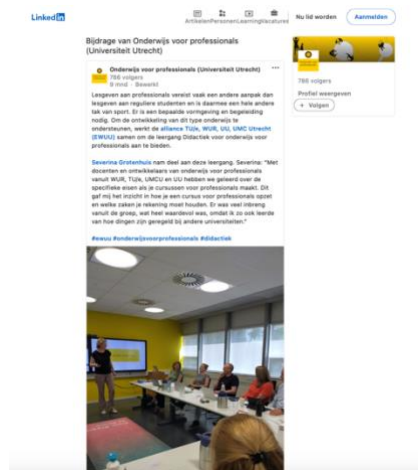


Het primaire doel van deze campagne is het vergroten van het aantal studenten door het verbeteren van de gebruikerservaring (UX) van de Fontys ICT Deeltijd website. Hoewel website-optimalisatie een belangrijk aandachtspunt zal zijn, is sociaal media aanwezigheid net zo belangrijk.

Uit onderzoek was dus gebleken dat de sociaal media platforms linkedin, whatsapp de meest gekozen waren. Als idee was het dus om hiermee content te maken om meer studenten aan te trekken. Het was me opgemerkt dat fontys ict wel een linked in heeft, maar dat de informatie en content die wordt laten zien niet gerelateerd is voor deeltijd studenten.

Concurrenten (algemene OVP linkedin):

[Onderwijs voor professionals \(Universiteit Utrecht\) op LinkedIn: #ewuu](#)
[#onderwijsvoorprofessionals #didactiek](#)



<https://nl.linkedin.com/school/university-of-amsterdam/>

Universiteit van Amsterdam
Onderzoeksinstituut

Alle open vacatures weergeven
Alle 10.855 medewerkers weergeven

Over ons
The University of Amsterdam is one of the largest comprehensive universities in Europe. With some 40,000 students, 4,000 staff, 5,000 PhD candidates, and an annual budget of more than 850 million euros, it is also one of Amsterdam's largest employers.

There is an inseparable link between the university and its host city. The freedom and creativity with which Amsterdam has long been associated have worked their way into the fabric of the university. This is a place where individuality, authenticity and diversity are celebrated as sources of stimulation, inspiration and innovation.

Professional and personal development, challenges and collaboration are undertaken in a versatile and multidimensional (inter)national ecosystem with leading stakeholders. Staff at the UvA make a meaningful contribution to uncovering solutions to some of the world's most significant problems and to developing the next generation of talent.

Website <http://www.uva.nl>
Branche Onderzoeksinstituut
Bedrijfsomvang 1.001 - 5.000 medewerkers
Hoofdkantoor Amsterdam
Type Erkende instelling

Locaties
Prinsal: Plantage Muidergracht 12, 1018 XG Amsterdam

<https://nl.linkedin.com/school/radboud-university-nijmegen/>

Radboud University
Onderzoeksinstituut

Alle open vacatures weergeven
Alle 7.400 medewerkers weergeven

Over ons
Radboud University contributes to a free and healthy world with equal opportunities for all #gendermed #suhaesapartipity

Website <http://www.ru.nl>
Branche Onderzoeksinstituut
Bedrijfsomvang 5.001 - 10.000 medewerkers
Hoofdkantoor Nijmegen, Gelderland
Type Erkende instelling
Opgericht 1923
Specialismen Research, Higher Education, anthropogenetics, astrofysica, neuroscience, taalwetenschap, cyber security, organische chemie, versterkfysica, microbiotheorie, ondernemingsrecht en artificial intelligence

Locaties
Prinsal: Houtlaan 4, Nijmegen, Gelderland 6525, NL

Hiervoor heb ik onderzoek gedaan op het internet en gekeken naar de aanpak van andere hogescholen, specifiek naar de LinkedIn-pagina van de Universiteit Utrecht. Mijn bevindingen zijn als volgt:

Concurrentieanalyse:

Universiteit Utrecht op LinkedIn:

- **Voordelen:**
 - **Professionele uitstraling:** De LinkedIn-pagina van de Universiteit Utrecht ziet er zeer professioneel en goed georganiseerd uit. De profielfoto en banner zijn van hoge kwaliteit en representatief voor de universiteit.
 - **Frequentie van posts:** Ze plaatsen regelmatig updates over verschillende onderwerpen, zoals onderzoek, evenementen en studentensuccessen. Dit zorgt voor een constante stroom van informatie en houdt volgers betrokken.
 - **Diversiteit aan content:** De content is gevarieerd en omvat artikelen, video's, en visuals die verschillende aspecten van de universiteit belichten.
 - **Interactie:** Er is veel interactie met volgers. Berichten krijgen vaak likes, reacties en worden gedeeld, wat wijst op een actieve en betrokken community.
- **Nadelen:**
 - **Mogelijke overladenheid:** Soms kan de frequentie van posts overweldigend zijn voor volgers, waardoor belangrijke berichten mogelijk minder aandacht krijgen.
 - **Complexiteit:** De variëteit aan content kan soms te breed zijn, waardoor het moeilijk is om een specifieke doelgroep aan te spreken.

Redenen voor Concurrentiekeuze: Ik heb gekozen voor de Universiteit Utrecht als benchmark omdat zij een van de meest vooraanstaande en bekende universiteiten in Nederland zijn. Hun aanwezigheid op LinkedIn is sterk en biedt een goed voorbeeld van hoe een onderwijsinstelling effectief gebruik kan maken van dit platform om studenten aan te trekken en te informeren. Door hun strategieën te analyseren, kunnen we waardevolle inzichten verkrijgen en toepassen op onze eigen mediacampagne voor Fontys Opleidingsvereniging Psychomotorische Therapie (OVP).

In het kader van het project heb ik verschillende ideeën bedacht om meer potentiële studenten aan te trekken en hen van nuttige informatie te voorzien over de Fontys ICT deeltijdopleiding. Deze ideeën omvatten een scala aan concepten, plannen en suggesties die kunnen worden toegepast om het uiteindelijke doel van het project te bereiken: het vergroten van de bekendheid en het aantrekken van nieuwe studenten.

1. **Succesverhalen delen:** Een krachtige manier om potentiële studenten te inspireren is door succesverhalen te delen van huidige en voormalige studenten van de Fontys ICT deeltijdopleiding. Door hun prestaties en ervaringen te delen, kunnen aspirant-studenten een beter beeld krijgen van wat ze kunnen verwachten en hoe de opleiding hun leven kan veranderen.
2. **Tips en advies delen:** Het bieden van praktische tips en advies aan potentiële studenten over hoe ze werk en studie kunnen combineren, kan waardevol zijn. Dit kan variëren van timemanagement technieken tot het vinden van de juiste balans tussen werk, studie en privéleven.
3. **Nieuws en feiten delen:** Het delen van interessante nieuwsitems en feiten over de ICT-sector kan potentiële studenten helpen de relevantie en het belang van een deeltijd ICT-opleiding te begrijpen. Dit kan variëren van opkomende technologietrends tot baanperspectieven en salarisinformatie.
4. **Q&A-sessies organiseren:** Door interactieve Q&A-sessies te organiseren met docenten of alumni kunnen potentiële studenten directe antwoorden krijgen op hun vragen en twijfels over de deeltijd ICT-opleiding. Dit kan hen helpen een weloverwogen beslissing te nemen over hun toekomstige studiekeuze.
5. **Inspirerende boodschappen delen:** Het delen van quotes en inspirerende boodschappen die relevant zijn voor studenten die overwegen een deeltijd ICT-opleiding te volgen, kan hen motiveren en aanmoedigen om hun dromen na te streven en obstakels te overwinnen.
6. **Online community opzetten:** Door een online community of forum op te zetten waar potentiële studenten vragen kunnen stellen en ervaringen kunnen delen, kan een waardevolle bron van ondersteuning en informatie worden gecreëerd. Dit kan worden gefaciliteerd via platforms zoals WhatsApp, e-mail of een speciaal online forum.
7. **Infographics en visuele gidsen maken:** Visuele content zoals infographics en visuele gidsen kunnen effectief zijn om de voordelen en carrièremogelijkheden van een deeltijd ICT-opleiding te benadrukken. Deze kunnen worden ontworpen om informatie op een aantrekkelijke en gemakkelijk te begrijpen manier te presenteren.

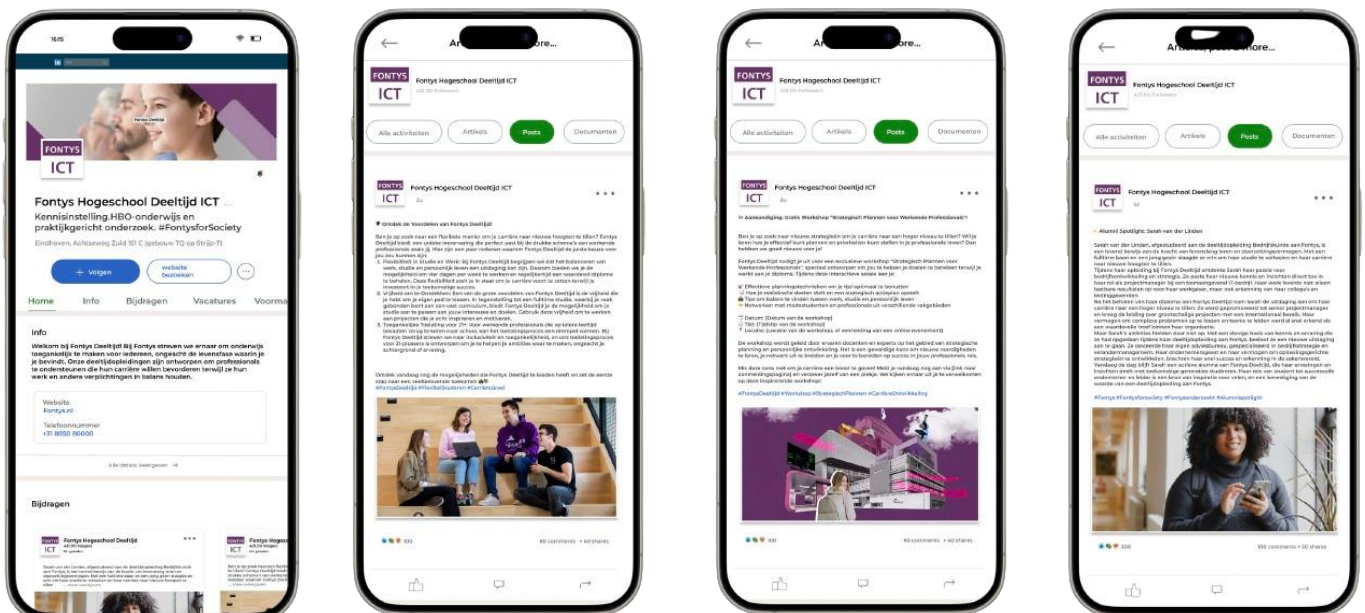
Door deze diverse ideeën toe te passen, kunnen we een uitgebreide en impactvolle strategie ontwikkelen om meer potentiële studenten aan te trekken en hen te voorzien van waardevolle informatie over de Fontys ICT deeltijdopleiding.

Nadat mijn onderzoek was afgerond, begon ik met het designproces op Figma. Ik heb het account ontworpen, samen met het uiterlijk van de posts. In totaal heb ik drie verschillende posts gemaakt:

1. **Alumina Spotlight:** Deze post is gericht op het delen van ervaringen van oud-studenten. Het biedt een kijkje in het leven van een voormalige student van Fontys, waarbij zij haar persoonlijke ervaringen en succesverhalen deelt. Dit helpt potentiële studenten een beter beeld te krijgen van wat ze kunnen verwachten en hoe de opleiding hun leven kan beïnvloeden.
2. **Informatie over voordelen:** Deze post is bedoeld om alle voordelen van de Fontys deeltijdopleiding te benadrukken en onderscheid te maken ten opzichte van andere hogescholen. Het biedt een overzicht van de unieke kenmerken en voordelen van de opleiding, zoals flexibiliteit, professionele begeleiding en carrièremogelijkheden.
3. **Workshopaankondiging:** De derde post kondigt een workshop of evenement aan dat relevant is voor de deeltijdstudenten van Fontys. Dit kan variëren van een informatiesessie over specifieke studievaardigheden tot een netwerkevenement met alumni en professionals uit de branche. Deze post biedt waardevolle kansen voor studenten om hun kennis te vergroten en hun netwerk uit te breiden.

Ik heb gekozen voor deze drie posts omdat het waardevol is voor geïnteresseerden om de verhalen van voormalige studenten te lezen. Zo kunnen ze zich mogelijk identificeren met die ervaringen. Bovendien is het cruciaal om de voordelen van Fontys te benadrukken, omdat we kwaliteiten hebben die meer studenten kunnen aantrekken. Zodra studenten interesse tonen, willen ze vaak meer kunnen ontdekken en ervaren. Daarom heb ik besloten om workshops of open dagen aan te kondigen, waarbij alle informatie beschikbaar is om hen te helpen bij hun beslissing.

Door deze diverse posts te ontwerpen, heb ik een strategie gecreëerd om potentiële studenten aan te trekken en hen te voorzien van nuttige informatie over de Fontys deeltijdopleiding. Elk van deze posts speelt een specifieke rol bij het informeren en inspireren van potentiële studenten en draagt bij aan het vergroten van de bekendheid van de opleiding.



Figma:

<https://www.figma.com/file/YMMrc0VEkumlYBNiNrNvYs/Untitled?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=6zP3FcaNzSDQuYcG-1>

Usertest:

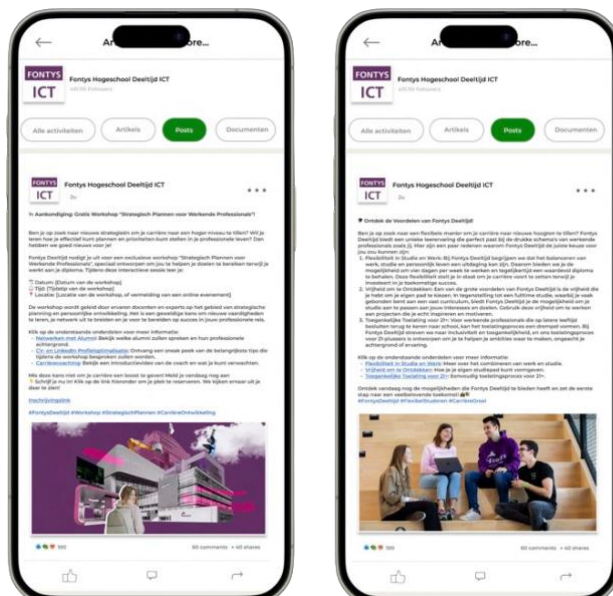
Ik heb mijn interactief mediaproduct getest bij studenten in de oil dit waren aantal antwoorden die ik heb gekregen bij het stellen van vragen:

“De gekozen content lijkt relevant te zijn voor deeltijdstudenten, vooral met posts zoals "Alumina Spotlight" en "Informatie over voordelen". Ze bieden waardevolle inzichten en kunnen studenten helpen bij het nemen van een beslissing. Persoonlijk zou ik meer interesse hebben om meer te weten te komen over de deeltijddopleiding na het zien van deze posts.”

“Het navigeren door het interactieve mediaproduct was over het algemeen vrij eenvoudig. De verschillende functies waren goed georganiseerd en gemakkelijk te vinden. Ik had geen moeite om door de verschillende secties te bladeren en de inhoud te verkennen.”

“Het algehele design van het interactieve mediaproduct was aantrekkelijk en gebruiksvriendelijk. De lay-out was duidelijk en overzichtelijk, en de visuele elementen waren aantrekkelijk. Het droeg bij aan een positieve gebruikerservaring.”

“Ja, ik vind dat je interactieve elementen zou kunnen toevoegen aan het mediaproduct om de betrokkenheid van de gebruikers te vergroten. Denk bijvoorbeeld aan het integreren van quizzes, polls of interactieve infographics. Dit zou de gebruikerservaring kunnen verbeteren en de kans vergroten dat gebruikers meer tijd besteden aan het verkennen van de inhoud.”

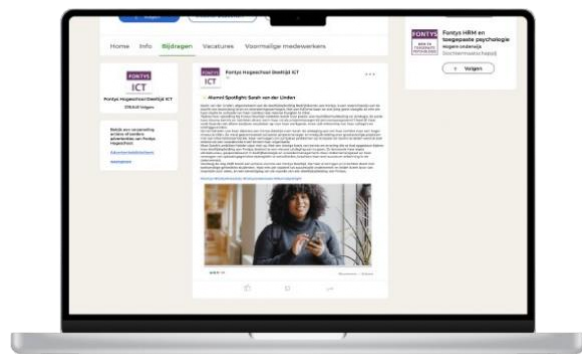


Het doorlopen van de navigatie leverde geen problemen op, de berichten waren gemakkelijk te vinden en te begrijpen. Echter, ik ontving het advies om meer interactieve elementen toe te voegen aan de berichten om zo het contact met studenten te versterken. Ik heb deze

aanbeveling geïmplementeerd en de nodige aanpassingen gedaan in mijn ontwerp. Voor de bijgewerkte versie verwijs ik naar versie 2.

Naast het ontwerpen van posts voor mobiele apparaten, heb ik ook gezorgd voor een laptopversie. Dit is belangrijk omdat veel professionals de voorkeur geven aan het gebruik van laptops voor werk- en studio gerelateerde taken. Door een geoptimaliseerde laptopversie te bieden, zorg ik ervoor dat de inhoud goed wordt weergegeven op grotere schermen, waardoor gebruikers een betere leesbaarheid en gebruikerservaring hebben.

Beide ontwerpen die ik heb gemaakt op Figma zijn interactief. Dit betekent dat de elementen in het ontwerp klikbaar zijn, waardoor gebruikers door de verschillende onderdelen kunnen navigeren zoals ze zouden doen op een echte website of app.



Figma:

<https://www.figma.com/file/tVUyZMNDwyrz6AxHM5Mpje/Untitled?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=c5BNSiKgYldzQRQM-1>

Portfolio website

Voor deze opdracht moeten we een portfolio website maken waar we ons werk en alle leeruitkomsten kunnen tonen. De website mag je naar eigen stijl ontwerpen. Het is een plek waar mensen meer over jou en je werk kunnen ontdekken.

Oriënteren:

Voordat ik aan deze opdracht begon, heb ik eerst uitgebreid onderzoek gedaan en inspiratie opgedaan bij bestaande portfolio's. Ik ben een grote fan van de minimalistische look. Ik hou ervan hoe duidelijk en netjes het eruitziet, omdat het gemakkelijk te begrijpen is. Tegelijkertijd geniet ik enorm van experimenteren met speelse elementen, zoals opvallende lettertypes en kleurrijke gradiënt. Daarom wil ik deze twee stijlen combineren in mijn portfolio. Door de strakke uitstraling van minimalistisch design te vermengen met speelse en levendige details, hoop ik een portfolio te creëren dat zowel professioneel als boeiend is en mensen inspireert en nieuwsgierig maakt naar meer.

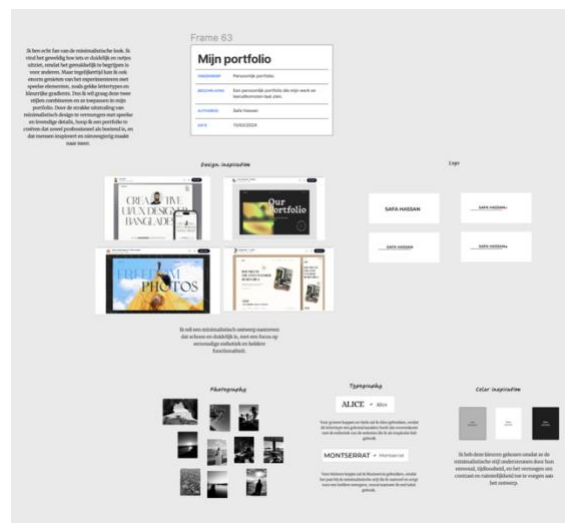
Dit zijn vooral de links die ik heb bezocht:

Links:

<https://www.awwwards.com/websites/portfolio/>
<https://mooistewebistes.nl/tag/portfolio>

Om mijn stijl goed in beeld te krijgen, heb ik een moodboard gemaakt. Hierop heb ik een aantal inspiratiewebsites toegevoegd die de minimalistische en speelse elementen goed laten zien. Vervolgens heb ik een kleurenpalet opgesteld dat de balans tussen eenvoud en levendigheid weerspiegelt. Ik heb zorgvuldig fonts uitgekozen die passen bij zowel grote als kleine teksten, zodat de leesbaarheid optimaal blijft. Daarnaast heb ik geëxperimenteerd met minimalistische logo's, waarbij ik het simpel wilde houden door mijn initialen toe te voegen. Verder heb ik foto's en afbeeldingen verzameld die mij goed representeren en mijn persoonlijke stijl benadrukken.

Door al deze elementen samen te brengen, wil ik een uniek en samenhangend portfolio creëren dat mijn professionaliteit toont en tegelijkertijd mijn creatieve kant benadrukt.



Ik heb daarna de layout van mijn portfolio onderzocht en verschillende schetsen en wireframes gemaakt. Vervolgens heb ik deze ontwerpen uitgewerkt in Figma. Tijdens dit proces heb ik meerdere **iteraties** doorlopen, waarbij ik mijn designkeuzes moest aanpassen en vooral aandacht heb besteed aan wat er precies zichtbaar is wanneer je op een leeruitkomst klikt.

Hiervoor heb ik de vervolgpagina's ontworpen en gekeken hoe ik deze zou opdelen. Zodra je op een leeruitkomst klikt, wordt het verdeeld in de verschillende opdrachten waaraan we werken: introweek, branding, mediacampagne, en OVP. Wanneer je op een opdracht klikt, zie je wat ik heb gemaakt in verband met die leeruitkomst.

Gebruikerstest:

Ik heb mijn ontwerp getest met Dennis. Ik vroeg hem om mijn opdracht voor de leeruitkomst 'Interactive Media' te vinden. Al snel merkte ik dat Dennis voornamelijk op de knoppen zelf klikte in plaats van op de link binnen de knop. Toen hij op 'Leeruitkomst 1: Interactive Media' klikte, verschenen er drie nieuwe knoppen: 'Introweek', 'Branding', en 'Mediacampagne'.

Dennis viel op dat de eerste knop al zwart gekleurd was, terwijl de andere twee knoppen pas zwart werden als je er met de muis overheen ging. Hier zat geen specifieke reden achter. Dennis moest vervolgens een van de drie knoppen kiezen om een van mijn opdrachten te bekijken. Achteraf vond ik dit zelf overbodig. Bovendien viel het mij op dat ik bij de opdracht 'Branding' geen product had gemaakt dat relevant was voor 'Interactive Media'. De aanwezigheid van die knop had dus geen nut.

Daarnaast heb ik drie studenten dezelfde vraag gesteld. Twee van hen merkten op dat je, als je vanuit een leeruitkomst naar een andere leeruitkomst wilde, helemaal terug moest naar de homepage. Om het makkelijker te maken voor de gebruiker heb ik een dropdownmenu toegevoegd, zodat je vanuit een leeruitkomst direct naar de volgende leeruitkomst kunt klikken. Bovendien heb ik op de pagina zelf kopjes toegevoegd om de opdrachten overzichtelijker te maken.

Aanpassingen:

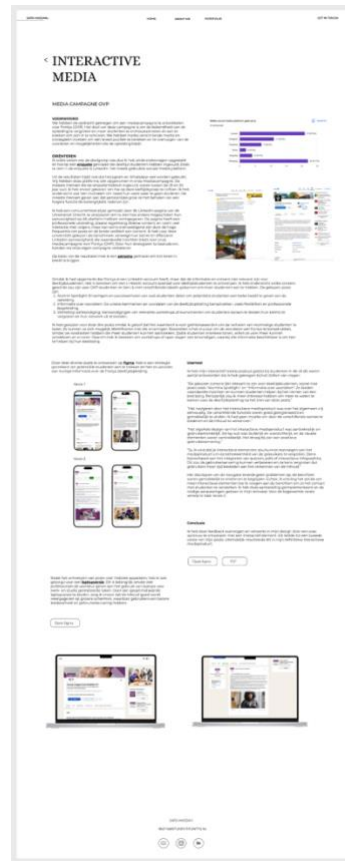
Om de gebruiksvriendelijkheid te verbeteren, heb ik de volgende wijzigingen aangebracht:

1. **Klikbaarheid van knoppen:** Ik heb ervoor gezorgd dat je direct op de knoppen zelf kunt klikken en niet per se op de link binnen de knop.
2. **Verwijdering van overbodige knoppen:** De drie knoppen voor 'Introweek', 'Branding', en 'Mediacampagne' heb ik verwijderd. Doordat sommige knoppen geen functie hadden en nergens naartoe zouden leiden.
3. **Opdrachten overzichtelijker gemaakt:** Ik heb de opdrachten onder kopjes bij elke leeruitkomst geplaatst, zodat het voor de gebruiker zo eenvoudig mogelijk is om de gewenste informatie te vinden.
4. **Toevoeging van een dropdownmenu:** Ik heb een dropdownmenu toegevoegd, zodat je vanuit een leeruitkomst direct naar de volgende leeruitkomst kunt klikken.

Dit kun je zien in mijn figma voor **versie 1** en **versie 2**

Versie1

Versie2



Daarnaast heb ik ook feedback gevraagd aan stan, volgens stan had hij geen moeite om te navigeren naar mijn opdrachten. Het was goed te vinden.

Conclusie

Tijdens een gebruikerstest bleek dat de navigatie verwarrend was en sommige knoppen overbodig waren. Daarom heb ik de knoppen direct klikbaar gemaakt, overbodige knoppen verwijderd en de opdrachten overzichtelijk onder elke leeruitkomst geplaatst. Deze aanpassingen verbeteren de gebruiksvriendelijkheid aanzienlijk.

Figma:

<https://www.figma.com/design/VzYz9zOnNAFVCSghw6Uowj/Untitled?node-id=0-1&t=6K2P3qnBKBTrd41r-0>

GOOD&BAD UX

De opdracht draaide om het testen en analyseren van user experiences (UX), waarbij zowel goede als slechte voorbeelden werden onderzocht. We ontdekten dat goede UX gekenmerkt wordt door heldere navigatie, beknopte informatie en een visueel aantrekkelijk ontwerp. Deze inzichten gebruikten we om onze eigen ontwerpen te verbeteren voor een betere gebruikerservaring.

Oriënteren

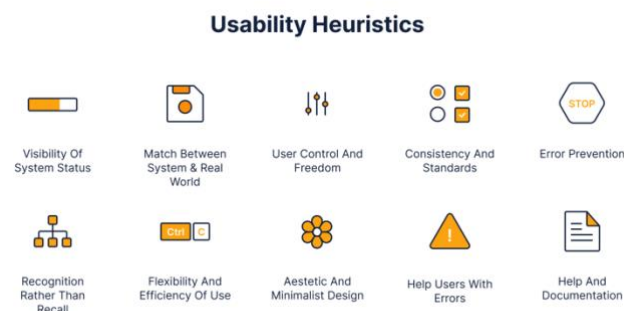
Ik heb twee websites bezocht en de gebruikerservaring van de websites geëvalueerd:

<https://cantunsee.space/> en <https://userinyerface.com/>

Ik heb een analyse uitgevoerd van beide websites met een focus op het identificeren van elementen van goed en slecht ontwerp. Hierbij heb ik gelet op de beeldresolutie, de uitlijning van lijnen, de afstand tussen elementen, het gebruik van kleurtinten, de grootte van pictogrammen, de keuze van achtergrondkleuren, het gebruik van randradius en de manier waarop tekst werd weergegeven.



Ik heb de heuristische evaluatiemethode gebruikt om de bruikbaarheid van digitale interfaces te beoordelen, waarbij ik me richtte op principes zoals Nielsen's 10 Usability Heuristics. Dit hielp bij het identificeren van problemen en het bieden van aanbevelingen. De voordelen zijn onder meer vroege probleemdetectie, kosteneffectiviteit en waardevolle expertinzichten. Dit leidt tot iteratieve ontwerpverbeteringen en een gebruiksvriendelijker product.



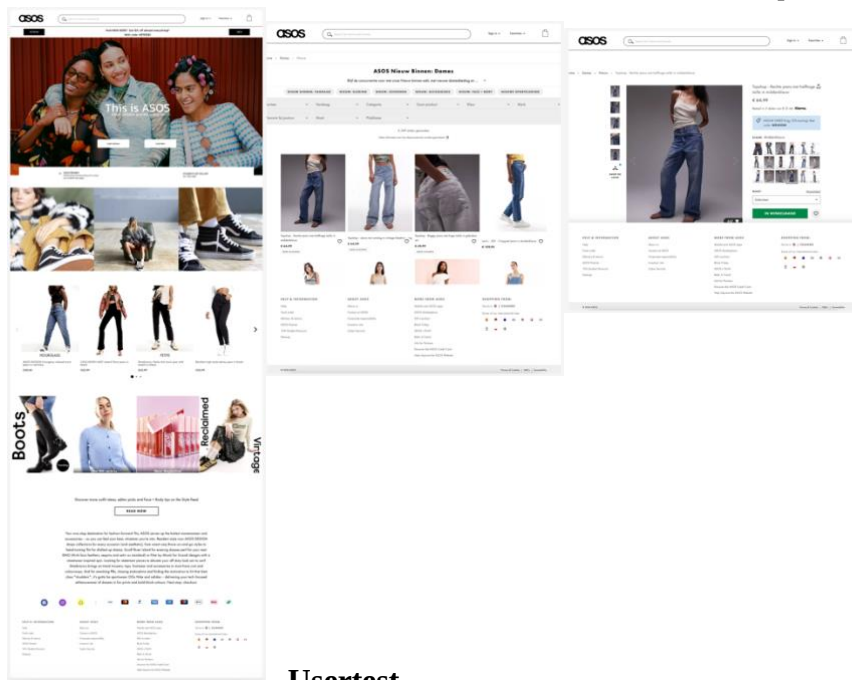
Bij het analyseren van good en bad UX-voorbeelden heb ik specifiek gelet op de aangegeven elementen. Hierbij kwam ik een kledingwebsite tegen die aanzienlijke verbeteringen kon gebruiken op het gebied van user experience. Het kleurenschema van de website was chaotisch, met kleuren die in elkaar overliefen en een gebrek aan helderheid veroorzaakten. Overvloedige knoppen en een drukke achtergrond maakten de site rommelig en moeilijk te navigeren. De uitgerekte zoekbalk nam te veel schermruimte in beslag en verstoorde de visuele harmonie. De achtergrond achter de tekst verminderde de leesbaarheid aanzienlijk. Daarnaast was de toepassing van randradius willekeurig en inconsistent met de esthetiek van de site. Deze problemen zorgden ervoor dat de website minder professioneel oogde en moeilijker te gebruiken was. Ondanks het potentieel van de website, waren er meerdere verbeterpunten nodig. Het aanpakken van deze problemen zou de bruikbaarheid en aantrekkelijkheid voor zowel gebruikers als het bedrijf aanzienlijk verbeteren.

Om deze problemen aan te pakken, heb ik diverse aanpassingen doorgevoerd. Ik zorgde ervoor dat de kleuren samenhang vertoonden en niet meer in elkaar overliefen. Overbodige knoppen met een drukke achtergrond heb ik verwijderd om de site minder rommelig te maken. Door de drukke achtergrond te verwijderen, heb ik de leesbaarheid van de tekst verbeterd. Daarnaast heb ik gezorgd voor een consistente toepassing van de randradius, passend bij de esthetiek van de site. Deze verbeteringen en aanpassingen heb ik vervolgens in **Figma** toegepast en ontworpen.

Oorspronkelijke website:



Aanpassingen:



Userstest

Na het implementeren van deze wijzigingen heb ik de nieuwe ontwerpen getest met mijn groepsgenoot. Uit deze tests bleek dat de gebruikerstest gericht was op het evalueren van de

bruikbaarheid en gebruikerservaring van de verbeterde elementen op de kledingwebsite. De test omvatte het zoeken en bekijken van een specifiek product.

Gebruikers gaven aan dat ze het nieuwe kleurenschema als zeer prettig en overzichtelijk ervaren. De kleuren zijn harmonieus op elkaar afgestemd, wat zorgt voor een rustige uitstraling. De knoppen zijn nu duidelijk zichtbaar en gemakkelijk te vinden, wat de navigatie op de site aanzienlijk vereenvoudigt. Daarnaast is de leesbaarheid van de tekst sterk verbeterd door het verwijderen van een drukke achtergrond, waardoor de tekst nu goed leesbaar is en er echt uitspringt.

Over het algemeen verliepen de taken tijdens de test soepel en zonder problemen. De doorgevoerde verbeteringen hebben de algehele gebruikerservaring aanzienlijk verbeterd, waardoor de website nu veel gebruiksvriendelijker en aantrekkelijker is geworden.

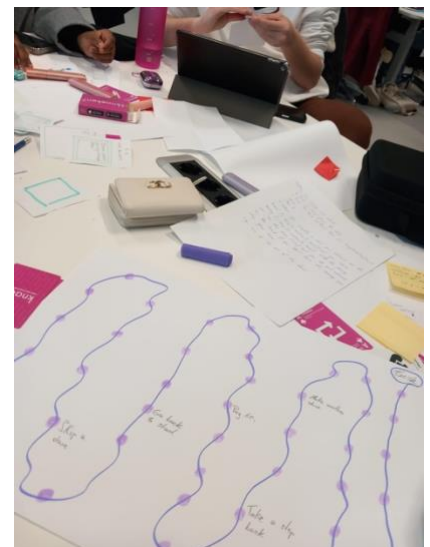
Paper prototype

Bij deze opdracht hebben we een papieren prototype van een spel gemaakt op de tafel, gebruikmakend van materialen die gemakkelijk te vinden zijn.

Oriënteren:

Al snel besloten we gezamenlijk om er een bordspel van te maken, waarbij we het concept van "Truth or Dare" als uitgangspunt namen om het spel een duidelijk doel te geven. Voordat we van start gingen, hebben we grondig overlegd over de aanpak. We hebben besloten om de kaarten te verdelen in drie categorieën: makkelijk, gemiddeld en moeilijk. Eerder overwogen we om deze drie stapels apart te houden, elk gekoppeld aan een kleur die het niveau van de uitdaging aangeeft. Echter, ik kwam met het voorstel om alle kaarten samen te voegen tot één stapel, om de spanning te verhogen en spelers niet te laten weten welke kaart ze zouden trekken.

Om het spel wat complexer te maken, hebben we besloten om een "vrijstelling" toe te voegen. We bedachten dat spelers geld konden inzetten als ze een uitdaging niet wilden uitvoeren. We hebben bedragen aan elke kaart toegekend, waarbij het bedrag afhankelijk was van de moeilijkheidsgraad van de uitdaging. Zo ontstond ons uitdagende "Truth or Dare"-bordspel, genaamd "Master of Embarrassment".



"Master of Embarrassment" is een bordspel waarbij spelers uitdagingen moeten aangaan om de finish te bereiken. Het doel is om als eerste de finishlijn te bereiken. Wanneer je aan de beurt bent, moet je een kaart uit het dek pakken. Het dek bevat een uitdaging en informatie over hoeveel stappen je moet zetten en hoeveel geld je verdient. Het verdiende geld kun je gebruiken om een uitdaging over te slaan.

Usertest:

Tijdens onze usertest hebben we waardevolle feedback verzameld over ons paper prototype. Een docent die ons spel speelde, benadrukte dat we een innovatief spel hebben gecreëerd dat zeer vermakelijk is voor grote groepen mensen. Een van de suggesties die we ontvingen, was om het speelbord groter te maken, wat suggereert dat er een vraag is naar meer ruimte en interactie binnen het spel. Daarnaast hebben we ons spel laten testen door studenten met verschillende achtergronden en interesses, die snel de regels leerden en volledig opgingen in het spelplezier. Dit duidt op een brede

aantrekkingskracht en toegankelijkheid van ons concept, wat een positieve indicatie is voor de potentiële acceptatie en adoptie ervan binnen diverse doelgroepen.

Conclusie:

Als team hebben we de uitdaging aangenomen om een bordspel te ontwikkelen, gebaseerd op "Truth or Dare", met als resultaat het intrigerende spel "Master of Embarrassment". Onze creatieve aanpak om een papieren prototype te maken op tafel, met alledaagse materialen, heeft ons geholpen om een dynamisch en uitdagend spelconcept te realiseren.

Leeruitkomst 2(Development)

Portfolio website

Voor mijn portfolio heb ik een website ontwikkeld met HTML, CSS en JavaScript. Dit project bood me de kans om te oefenen met front-end ontwikkeling, het schrijven van code en documentatie binnen een versiebeheeromgeving.

HTML en CSS

Het gebruik van HTML en CSS verliep over het algemeen soepel voor mij. Ik heb na een tijdje weer moesten coderen, ik heb de workshops bekeken om mijzelf er in beetje inte werken

Ik heb geoefend met het positioneren van HTML-elementen met behulp van CSS. Met de flexbox-techniek kon ik elementen op mijn webpagina's precies plaatsen zoals ik wilde. Ook heb ik CSS gebruikt om de typografie van mijn websites aan te passen, zoals het instellen van lettertypes, marges, groottes en uitlijningen. Het gebruik van de display: flex eigenschap zorgde ervoor dat elementen (zoals de linker div, de navigatiebalk en de rechter div) efficiënt werden gepositioneerd met Flexbox.

```
.header {
  display: flex;
  justify-content: space-between;
  align-items: center;
  display: flex;
  padding: 20px;
  font-family: "Montserrat", sans-serif;
}
```

Op basis van feedback heb ik aandacht besteed aan de benamingen en opmaak van mijn code. Ik heb ervoor gezorgd dat alle elementen duidelijke benamingen kregen en al mijn foto's en afbeeldingen netjes in mappen georganiseerd. Daarnaast heb ik gebruik gemaakt van sections om de structuur van mijn HTML-documenten te verbeteren.

JavaScript (Dropdown Menu)

Naar aanleiding van een gebruikerstest heb ik een dropdown-menu toegevoegd aan mijn leeruitkomsten, waarvoor ik JavaScript heb gebruikt. Omdat ik weinig ervaring heb met JavaScript, vond ik dit een uitdagende taak. Ik slaagde erin om een dropdown-menu te creëren, hoewel er eerder enkele fouten in zaten. In eerste instantie had ik het menu zo ingesteld dat het naar beneden verscheen wanneer ik met de muis over de titel zweefde. Dit leidde echter tot het probleem dat het menu verdween zodra ik de muis verwijderde. Daarom heb ik ervoor gekozen om het menu te activeren door erop te klikken, zodat het zichtbaar blijft.

Ik heb dit aangepast na feedback van een medestudent. Zij merkte op dat het dropdown-menu een goed idee is, maar dat het niet intuïtief was om op de titel te klikken om het menu te openen. Op basis van deze feedback heb ik een pijltje naast de titel geplaatst als indicator, zodat gebruikers weten dat ze op de titel kunnen klikken om het dropdown-menu te openen.

INTERACTIVE MEDIA

- Development
- Iterative design
- Professional standad
- Personal leadership

INTERACTIVE MEDIA ▾

- Development
- Iterative design
- Professional standad
- Personal leadership

Ik heb een JavaScript-functie geschreven die wacht tot de DOM volledig is geladen en daarna een klikbare dropdown creëert. Wanneer er op de pijl van de dropdown wordt geklikt, wordt de dropdown-inhoud getoond of verborgen en wordt de pijl geroteerd. De dropdown sluit automatisch als er buiten de dropdown wordt geklikt.

```

1 // Wacht tot de DOM volledig is geladen
2 document.addEventListener('DOMContentLoaded', (event) => {
3   const arrow = document.querySelector('.dropdown-arrow'); // Selecteer de dropdown pijl
4   const dropdownContent = document.querySelector('.dropdown-content'); // Selecteer de dropdown inhoud
5
6   // Controleer of de elementen bestaan
7   if (arrow && dropdownContent) {
8     // Voeg een click event listener toe aan de pijl
9     arrow.addEventListener('click', (e) => {
10      // Toon of verberg de dropdown inhoud en roter de pijl
11      if (dropdownContent.style.display === 'block') {
12        dropdownContent.style.display = 'none';
13        arrow.classList.remove('rotated');
14      } else {
15        dropdownContent.style.display = 'block';
16        arrow.classList.add('rotated');
17      }
18    });
19
20    // Sluit de dropdown als er buiten de dropdown wordt geklikt
21    document.addEventListener('click', (event) => {
22      if (!arrow.contains(event.target) && !dropdownContent.contains(event.target)) {
23        dropdownContent.style.display = 'none';
24        arrow.classList.remove('rotated');
25      }
26    });
27  } else {
28    // Log een foutmelding als de elementen niet gevonden zijn
29    console.error('Elementen niet gevonden: zorg ervoor dat .dropdown-arrow en .dropdown-content correct zijn.');
```

Door feedback van dennis heb ik weederom ervoor gezorg dat je alsnog over het dropdown menu kunt hovern omdat het nog steeds niet zo zichtbaar was dat er op het pijltje klikt moet worden. Ik heb ervoor gezorg dat het dropdown menu ook blijft en niet zomaar verdwijnt. Daarnaast gaf dennis de opmerking dat je alleen op het pijltje kon klikken en niet op de titel zelf dus dat heb ik ook nog aangepast.

Deze nieuwe JavaScript-code zorgt ervoor dat een dropdown-menu wordt getoond en verborgen op basis van hover- en klikgebeurtenissen. Gebruikers kunnen de dropdown activeren door over de pijl of de paginatitel te hovern. De dropdown blijft zichtbaar zolang de muis zich binnen de dropdown of het geactiveerde element bevindt. Klikken buiten de dropdown sluit deze weer. Dit verbetert de gebruikerservaring door een intuïtieve bediening van de dropdown-menu's mogelijk te maken op verschillende interactiepunten op de pagina. Dit is te vinden op Git.

Met deze JavaScript-code heb ik geleerd hoe je dropdown-menu's interactief maakt door te reageren op gebruikersacties zoals hovern en klikken. Je hebt DOM-manipulatie gebruikt om elementen te selecteren en hun weergave dynamisch te wijzigen, event listeners toegepast om te reageren op gebruikersinteracties, timeouts gebruikt om vertragingen in te bouwen voor een betere gebruikerservaring, en conditional logic gebruikt om fouten te voorkomen. Dit geeft mij een praktische basis in het verbeteren van de interactie en functionaliteit van webpagina's met JavaScript.

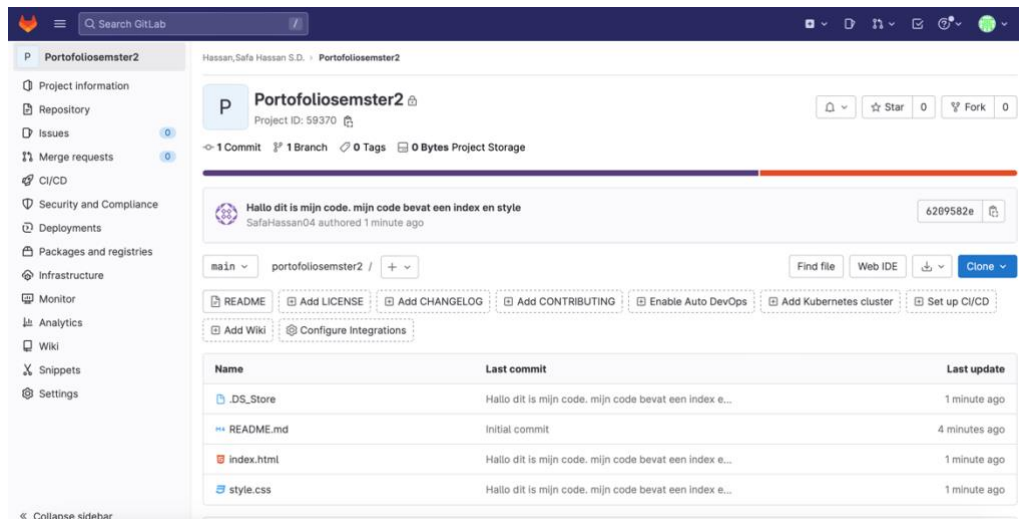
Code comments en website:

Ik heb code-comments aan mijn code gezet omdat ze helpen om de functionaliteit en logica van mijn code te verduidelijken. Dit is belangrijk omdat het niet alleen anderen helpt om mijn code beter te begrijpen, maar ook mijzelf wanneer ik op een later moment terugkeer naar de code. Duidelijke comments maken het onderhoud van de code eenvoudiger, helpen bij het opsporen van fouten en zorgen voor een betere samenwerking met teamleden.

Link: website

Git

Ik heb gebruikgemaakt van Git voor versiebeheer in mijn projecten. Ik had hierbij nog geen ervaring, maar de workshop van Maikel was zeer behulpzaam. Dankzij deze workshop kon ik een Git-repository openen voor mijn portfolio. Hierbij heb ik branches aangemaakt, commits gemaakt om wijzigingen vast te leggen en merge conflicten opgelost om code-integratie soepel te laten verlopen. Daarnaast heb ik via GitHub samengewerkt met anderen aan het opdracht **ovp websiteproject**, waarbij ik mijn code heb gedeeld en waardevolle feedback heb ontvangen van medestudenten. Deze ervaringen hebben mijn begrip van versiebeheer en samenwerking in softwareontwikkeling aanzienlijk verbeterd.

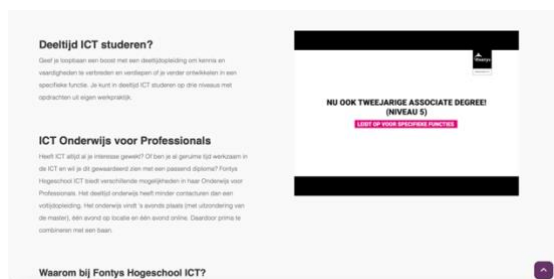


Git link: <https://git.fhict.nl/1483176/portfoliosester2.git>

Ik heb hierbij een README-bestand gemaakt om gebruikers te voorzien van een handleiding voor de installatie en het gebruik van mijn code.

OVP-website

Voor deze opdracht hebben wij in groepje als taak gekregen om de fontys website de redesignen. Met als doel meer studenten te trekken en hun langer op de website te behouden



We begonnen met het opzetten van een groepsproject op GitLab om samen aan een project te werken. Aangezien we allemaal nieuw waren met het werken in een gedeeld Git-project, liepen we tegen enkele uitdagingen aan. Een belangrijk probleem was dat we geen aparte branches hadden gemaakt, waardoor we allemaal gelijktijdig aan de hoofdversie werkten. Dit leidde tot verwarring en per ongeluk overschreven we elkaars werk. Ook gebruikten we niet de terminal om wijzigingen op te slaan, wat eigenlijk efficiënter zou zijn geweest.

Gelukkig realiseerden we ons snel wat er misging en na uitleg begonnen we allemaal onze eigen branches te gebruiken. Dit stelde ons in staat om veiliger samen te werken zonder elkaars werk te verstoren. Ik heb veel geleerd over het gebruik van Git tijdens samenwerking, zoals bestanden ophalen (pullen), versturen (pushen) en wijzigingen opslaan via de terminal. Dit heeft onze samenwerking aanzienlijk verbeterd en ons effectiever gemaakt.

Onze eerste ervaring met Git voor samenwerking verliep eerder moeizaam omdat niemand van ons precies wist hoe het moest. Gelukkig hebben we samen de problemen aangepakt en heb ik ook hulp gekregen van Maikel, wat heeft bijgedragen aan een soepeler verloop van de samenwerking.

Van deze ervaring heb ik waardevolle lessen geleerd. Ik heb geleerd hoe ik Git effectief kan gebruiken voor teamwerk, met name door het gebruik van branches om mijn werk geïsoleerd en veilig op te slaan. Dit hielp om communicatie en coördinatie binnen het team te verbeteren, nadat we aanvankelijk problemen hadden met het overschrijven van elkaars werk. Door te werken met Git via de terminal heb ik mijn technische vaardigheden verbeterd en geleerd hoe belangrijk probleemoplossing en samenwerking zijn bij projecten.

Leeruitkomst 3 (iterative design)

Soundspace poster

Voor het project moeten we een nieuw branding en logo maken voor het Soundlab in R10, dat deel uitmaakt van de medialabs in het gebouw, samen met de pixelplayground (het video/virtuele productielab). Denk na over wie de doelgroep is, wat het lab precies doet en hoe je een aantrekkelijk ontwerp kunt maken.

Voordat we aan het project begonnen, hebben we samen met onze cliënt overlegd. We hebben vragen gesteld om te begrijpen wat hij wel en niet wilde, zoals zijn voorkeuren voor stijl, kleuren en specifieke ontwerpen. We hebben besproken welke stijl hij leuk vindt, welke kleuren hij prefereert of juist vermijdt, en of hij een specifiek ontwerp of stijl in gedachten had. Vragen:

- Welke kleuren wil je dat wij WEL gebruiken?
- Wat voor stijl wil je NIET?

- Wat wil je bereiken met het soundlab?
- Wat vind je goed en slecht van de vorige branding?
- Wat MOET er in het design?
- Wie is de specifieke doelgroep voor het product of de dienst?
- Heeft u voorkeuren voor het ontwerp, de stijl of de branding van het product?
- Zijn er specifieke functies of kenmerken die absoluut moeten worden opgenomen?
- Wat zijn enkele voorbeelden van concurrenten of vergelijkbare producten/diensten

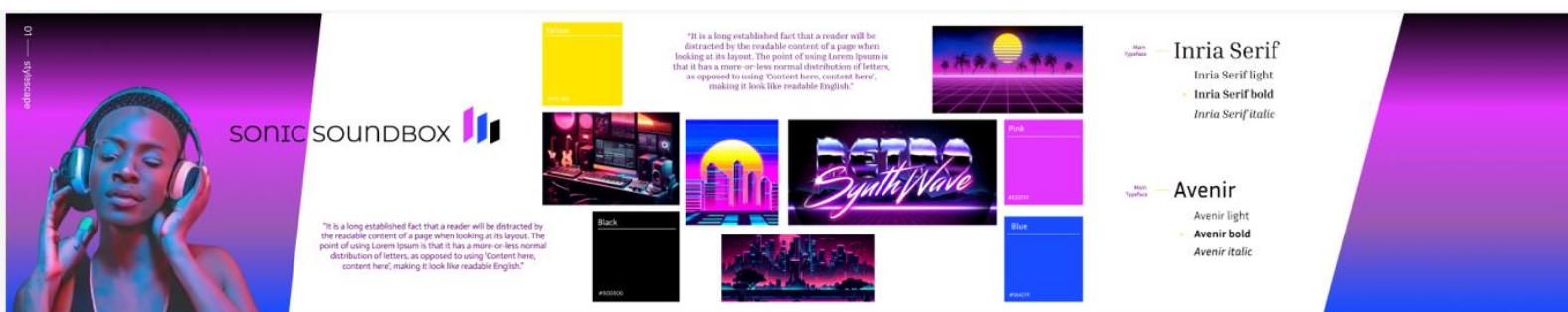
Antwoorden:

- Any colors that you like if you have a reason. Colors need to be researched properly.
- Students' semester 2 and 3 media is the target group.
- Doesn't want it to look childish. No childish colors. Professional colors. Not too playful. Huge fan of synthwave esthetic. Not too off the rails with the pixel playground.
- Avoid rusted/eroded fonts. Also avoid old fashioned fonts.
- Designs need to be scalable.

Het proces begon met het verkennen van inspiratiebronnen om de stijl en het thema te vinden die passen bij een sound lab. Ik heb specifiek gefocust op een synthwave-stijl, die in lijn lag met de voorkeuren van onze cliënt. Om de visuele richting van het project te bepalen, heb ik een stylescape gemaakt waarin ik de essentie van deze stijl vastlegde.

Voor het kleurenpalet heb ik gekozen voor paars en blauw, omdat deze kleuren niet alleen goed passen bij de gekozen stijl, maar ook een neon-achtige uitstraling geven die kenmerkend is voor synthwave. Ik heb diverse afbeeldingen toegevoegd om een duidelijker beeld te geven van de gewenste esthetiek en sfeer.

Wat betreft typografie, heb ik twee verschillende lettertypen geselecteerd. Voor de grotere titels heb ik gekozen voor Inria Serif vanwege zijn scherpe uiteinden en passende uitstraling binnen de stijl. Voor de kleinere teksten heb ik gekozen voor Avenir, een duidelijk en simpel lettertype dat zorgt voor leesbaarheid en harmonie binnen het ontwerp.



◆ Feedback:

- De docent merkte op dat de gele tinten in mijn stylescape te gedempt leken en adviseerde om een helderdere tint toe te voegen. Bovendien merkten ze op dat de algehele compositie aan vloeiendheid ontbrak, waarbij ze opmerkten dat muziek vaak een gevoel van beweging oproept. Ik moest experimenteren met kleurverlopen en een glanzende afwerking introduceren om de visuele aantrekkingskracht te vergroten. Ze raadden ook aan om de keuze van lettertypen te vereenvoudigen voor een betere leesbaarheid.

Bovendien gaf de instructeur een waardevolle bron aan, waar ik verdere inspiratie kon opdoen om mijn ontwerp te verfijnen. Hun feedback gaf aan dat ik de juiste richting op ging en moedigde verdere verkenning en ontwikkeling van de Synthwave-geïnspireerde esthetiek aan, met de nadruk op levendige kleuren, dynamische elementen en verfijnde typografie.

We hebben elk een stylescape gemaakt en na feedback van studenten (onze doelgroep) is er één stylescape uitgekozen die het meest populair was. We hebben besloten om verder te werken aan deze stylescape, omdat deze het beste aansloot bij de voorkeuren van onze doelgroep en de gewenste esthetiek voor het project.

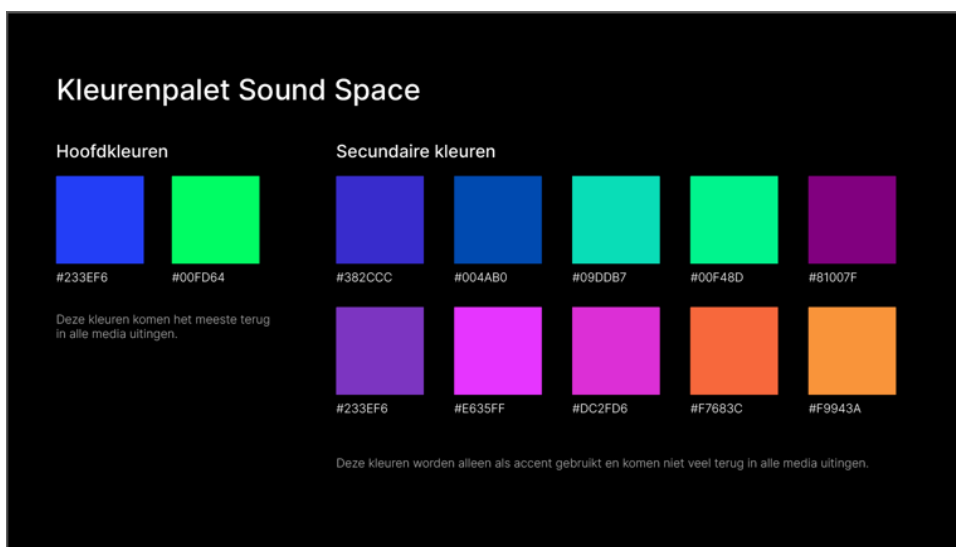
◆ Studenten feedback:

- Ze vond dat de naam "Soundspace" pakkend, leuk en uniek was. Wat betreft de stylescapes, vond ze die van Jasmin en Safa mooi. Specifiek vond ze dat de stylescape van Jasmin het beste paste bij het SoundLab van Fontys vanwege de rustige kleuren die Jasmin had gekozen.

Om de stijl verder te ontwikkelen, hebben we een kleurenpalet gemaakt dat past bij het thema soundspace. De hoofdkleuren en secundaire kleuren die we hebben gekozen, zijn geïnspireerd op het universum:

- Blauw: Geassocieerd met de diepte van de lucht en de ruimte.
- Groen: Geïnspireerd door het noorderlicht, dat vaak groene tinten vertoont in de atmosfeer.
- Paars: Afgeleid van bepaalde nevels en kosmische fenomenen, zoals de Orionnevel, die paarse tinten vertonen.
- Oranje: Symboliseert de planeet Mars vanwege zijn oranje-rode tinten.

Onze kleuren zijn geïnspireerd op de mysterieuze en prachtige wereld van planeten en sterrenstelsels. Door te kijken naar de diepe tinten van gasreuzen, de serene blauwtonen van waterrijke hemellichamen en de warme gloed van nabijgelegen sterren, hebben we een kleurenpalet samengesteld dat onze merkidentiteit weerspiegelt. De rijke paletten van diepblauw, glinsterend groen en levendige geeltinten nemen ons mee op een reis door de kosmos, waarbij elke kleur ons herinnert aan de schoonheid en het mysterie van het universum. Deze kleuren zijn niet alleen visueel aantrekkelijk, maar belichamen ook de grenzeloze verkenning en ontdekking die ons merk vertegenwoordigt.



Daarnaast hebben we ook een selectie gemaakt van lettertypes die we gaan gebruiken. Na het bekijken van drie verschillende lettertypen, heb we besloten dat Plus Jakarta Sans het beste past bij de uitstraling die we willen geven aan SoundSpace. Dit lettertype heeft een moderne en leesbare stijl die goed past bij het doel van SoundSpace om een nieuwe en makkelijk te gebruiken plek te maken voor geluidsexperimenten en -creatie. Hoewel Racing Sans One een dynamische uitstraling heeft en Moto Bold krachtig is, voelde Plus Jakarta Sans meer geschikt aan vanwege zijn veelzijdigheid en vriendelijke uitstraling. Dit helpt om de boodschap van SoundSpace duidelijk over te brengen naar het publiek.

Letter type	
Soundspace	✓ PoetsenOne
Soundspace	✓ Poller One
Soundspace	✓ Plus Jakarta Sans
SOUNDSPACE	✓ PORTER SANB SLGT
Soundspace	✓ Racing Sans One
Soundspace	✓ Revalia
Soundspace	✓ Roboto Mono
Soundspace	✓ Sarpanch
Soundspace	✓ Sinekey
Soundspace	✓ Sinekey
Soundspace	✓ Sofadi One
Soundspace	✓ Sonnie One
Soundspace	✓ Spieg Rice

Naast het kiezen van kleuren en lettertypen, hebben we ook een tone of visual bepaald. Dit is als een soort gids die ons vertelt hoe onze branding eruit moet zien. Het helpt ons om ervoor te zorgen dat alles er samen goed uitziet, zoals de plaatjes die we gebruiken en de algehele sfeer die we willen creëren. Ik hebben gezocht naar foto's en afbeeldingen die passen bij ons tone of visual, zodat alles goed bij elkaar past en mensen de juiste indruk krijgen van ons merk.

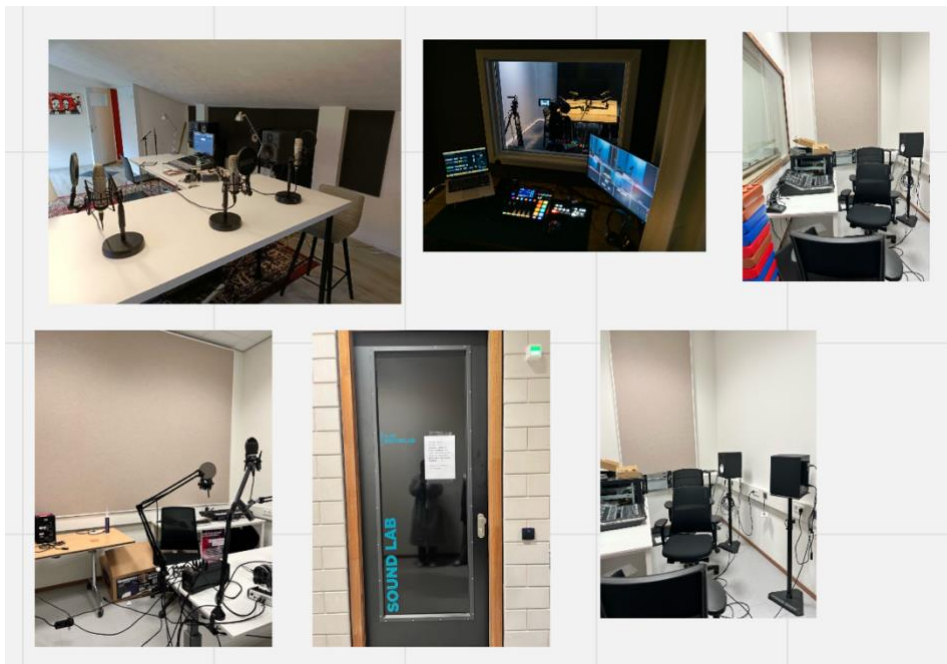


◆ Feedback:

- Hoewel onze ideeën goed waren, ontbrak volgens hem de speelsheid in de brandguide. Bovendien waren de voorgestelde tone en visuele aspecten niet haalbaar vanwege beperkingen in het aanpassen van de ruimte. Dit is een punt dat we moeten aanpassen en meer eenvoudig moeten houden, wat wel haalbaar is.

Na het ontvangen van feedback van onze klant hebben we besloten om een ander lettertype te kiezen om het geheel speelser te maken. Daarnaast hebben we de tone of visual aangepast, omdat de oorspronkelijke richting niet haalbaar of realistisch bleek te zijn. We hebben gekozen voor een benadering die meer realistisch en haalbaar is binnen de gestelde kaders.

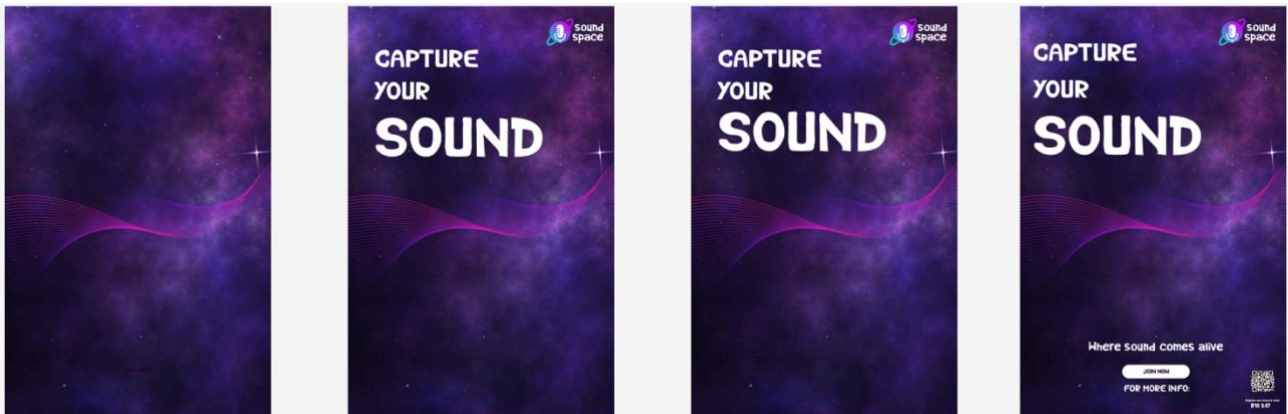
Soundspace ✓ Mokuoku



Voor mijn iterative design-project heb ik een poster gemaakt. Ik begon met het identificeren van de belangrijkste elementen die op de poster moesten staan: de locatie van het soundlab, het logo, een pakkende slogan om mensen aan te trekken, en de thema's geluid en ruimte moesten duidelijk naar voren komen.

Als eerste heb ik gekeken naar de achtergrond van de poster. Aangezien het thema 'ruimte' is, heb ik dat element toegevoegd om de sfeer te versterken. Vervolgens plaatste ik het logo in een hoekje en voegde ik een pakkende slogan toe, namelijk "Capture your sound". Ook

zorgde ik ervoor dat de locatie duidelijk zichtbaar was op de poster. Dit heb ik gemaakt met adobe.

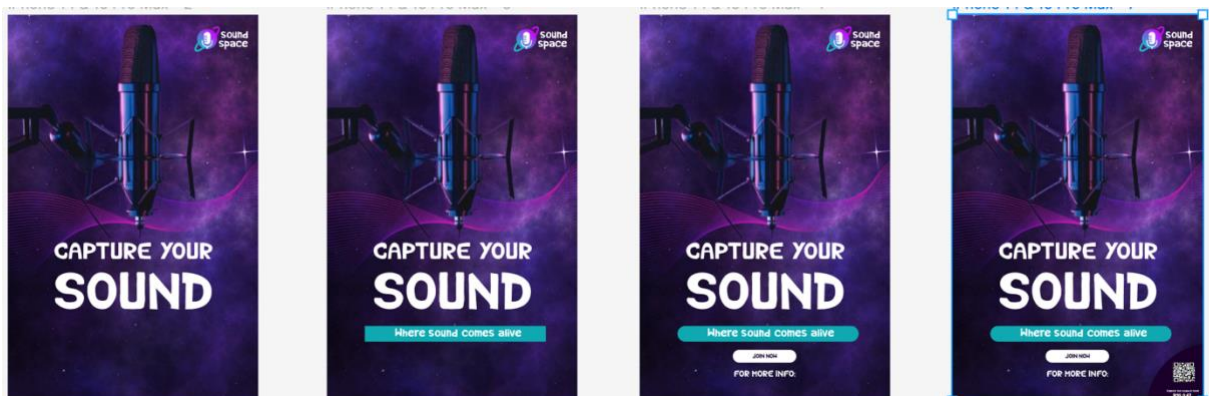


◆ **Feedback groepsgenoten:**

- Ze merkten op dat het thema 'space' goed tot uiting kwam, maar dat het element sound niet goed zichtbaar was en dat de poster nogal leeg aanvoelde. Daarom was het toevoegen van meer inhoud een goed idee.

Momenteel wijkt de poster een beetje af van het kleurenpalet dat ook in het logo te zien is. Misschien kunnen we wat blauwe tinten toevoegen om de poster in lijn te brengen met de rest van de branding. Dit zou helpen om de samenhang en consistentie te verbeteren.

Na het ontvangen van feedback van mijn groepsgenoten, heb ik nog enkele aanpassingen gemaakt aan de poster. Om het element geluid duidelijker te maken, heb ik een microfoon toegevoegd. Bovendien heb ik het blauw van het logo geïntegreerd in de poster om de consistentie met de branding te verbeteren.





Als groep hebben we meerdere posters gemaakt en deze gepresenteerd aan onze belanghebbende. Na zorgvuldige evaluatie en feedback gaf de belanghebbende de voorkeur aan één specifieke poster, die uiteindelijk werd gekozen om verder te gaan. De belanghebbende wenste dat de posters op een prominente plaats in de olielaboratoria of op de deur van het soundlab zouden worden geplaatst om de boodschap effectief over te brengen.

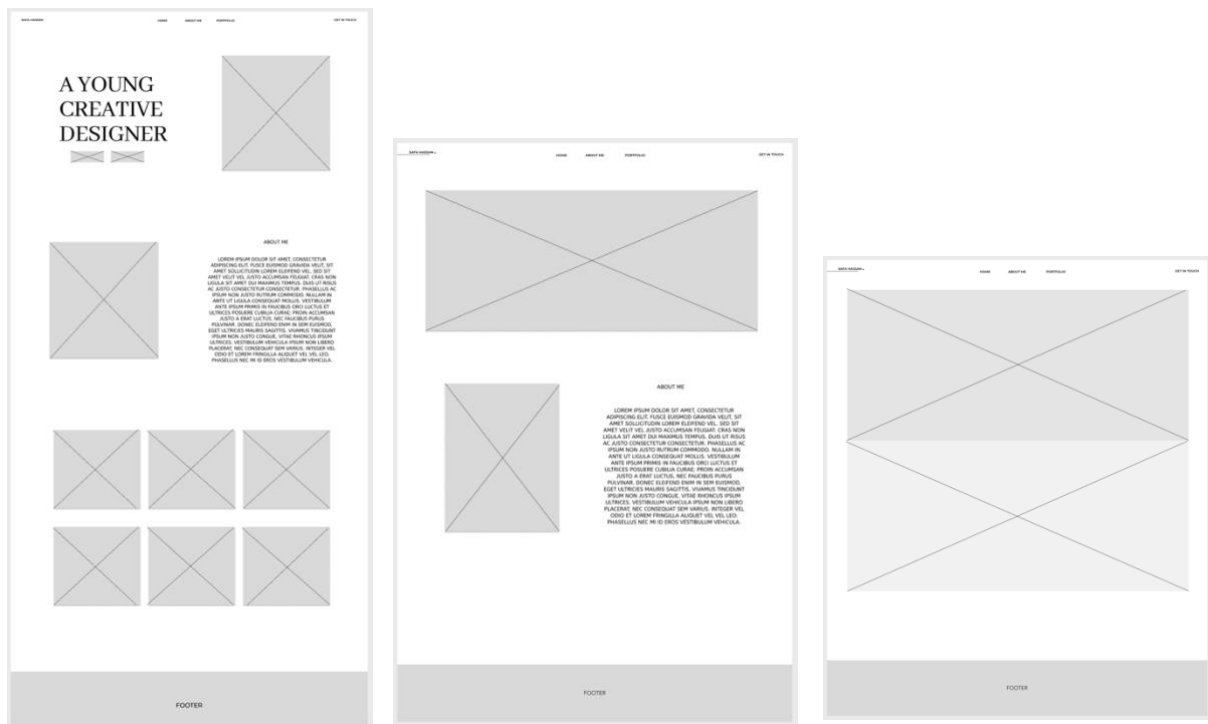
Om een duidelijk visueel beeld te geven van hoe de uiteindelijke poster er op de deur van het soundlab uit zou zien, heb ik gebruikgemaakt van Photoshop. Door deze software te gebruiken, kon ik een realistische weergave creëren van hoe de gekozen poster eruit zou zien wanneer deze op de deur van het soundlab zou worden geplaatst, zoals voorgesteld door onze belanghebbende. Dit stelde ons in staat om een helder en visueel aantrekkelijk voorbeeld te presenteren aan onze belanghebbende, waardoor het gemakkelijker werd om consensus te bereiken over het uiteindelijke ontwerp en de plaatsing van de poster.

Portfolio website

Voor deze opdracht moeten we een portfolio website designen waar we ons werk en alle leeruitkomsten kunnen tonen. De website mag je naar eigen stijl ontwerpen. Het is een plek waar mensen meer over jou en je werk kunnen ontdekken.

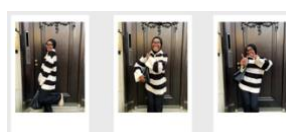
Voor mijn portfolio heb ik uitgebreid **onderzoek** gedaan. Ik heb verschillende elementen bekeken, zoals het maken van een stylescape, het bezoeken van websites, het kiezen van een kleurenpalet en lettertype, en het ontwerpen van een logo.

Vervolgens heb ik de lay-out van mijn portfolio bestudeerd. Ik heb meerdere schetsen en wireframes gemaakt om de structuur te bepalen. Uiteindelijk heb ik een definitieve schets voor de voorpagina gemaakt die mijn ideeën het beste weergeeft.



Na het onderzoek ben ik begonnen met het ontwerpen van mijn portfolio. Op de homepage heb ik vakjes geplaatst voor elke leeruitkomst. Vervolgens kreeg ik het idee om drie van mijn foto's op elkaar te stapelen en voegde dit toe. Om het geheel een speelsere uitstraling te geven, besloot ik de foto's als polaroids weer te geven.

Toen ik de foto's had omgezet in polaroids, merkte ik dat ze niet goed zichtbaar waren tegen de witte achtergrond. De witte achtergrond zorgde ervoor dat de polaroids wegvielen. Daarom veranderde ik de achtergrondkleur naar grijs, maar ik vond dat dit een saaie uitstraling gaf aan mijn portfolio en de visuele aantrekkingskracht verminderde. Hierdoor bleef ik zoeken naar een betere oplossing om zowel de polaroids zichtbaar te maken als een aantrekkelijke achtergrondkleur te kiezen.





Daarom heb ik geëxperimenteerd met kleuren en uiteindelijk gekozen voor een subtiele gradiënt die een overgang van wit naar grijs creëerde. Hierdoor werden de polaroids toch zichtbaar en kreeg mijn portfolio een frissere en dynamischere uitstraling.

Voor mijn introductie op de homepage kreeg ik het idee om een fotocollage te maken. Ik heb een aantal foto's van mezelf en mijn omgeving bij elkaar gezet en dit toegevoegd aan mijn homepage. Daarnaast heb ik ook de vakjes voor de leeruitkomsten nog aangepast voor een betere visuele balans.



Ik heb feedback ontvangen van Paul, Dennis en Stan over mijn design. Ze vonden het idee om polaroids toe te voegen interessant en creatief. Echter, ze hebben opgemerkt dat de grijze achtergrond en de gradiënt de leesbaarheid en duidelijkheid van de tekst belemmerden, vooral van een afstand. Daarnaast merkten ze op dat de vakjes voor de leeruitkomsten steeds minder consistent waren en dat de tussenruimte niet goed in balans was. Hierdoor werd het geheel wat rommelig en minder overzichtelijk.

Na het ontvangen van feedback heb ik enkele aanpassingen doorgevoerd in mijn portfolio ontwerp. Allereerst heb ik de grijze gradiënt achtergrond volledig verwijderd en gekozen voor een strakke witte achtergrond. Om toch de polaroids te laten opvallen, heb ik ze voorzien van een subtiele schaduw, wat hun zichtbaarheid verbetert zonder afbreuk te doen aan het minimalistische ontwerp.

Een andere belangrijke beslissing was het verwijderen van de fotocollage van mijn homepage. Hoewel deze collage eerder creatief was, merkte ik en ook mijn feedbackgevers op dat het de pagina te druk maakte en afleidde van de belangrijkste inhoud. In plaats daarvan overweeg ik nu om deze collage op een meer gepaste wijze te integreren in mijn 'about me' sectie, waar het beter tot zijn recht kan komen en de context kan versterken.

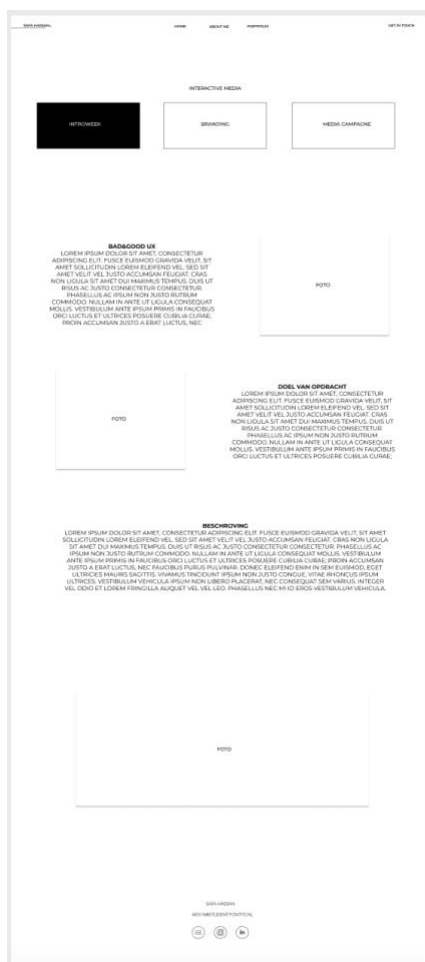


Na deze revisies heb ik opnieuw feedback gevraagd aan Dennis, wat resulteerde in enkele kleine aanpassingen. Daarna kreeg ik waardevolle feedback van mijn docent, die aangaf dat het ontwerp nu verbeterd is. Hij vond het ontwerp nu veel overzichtelijker, met tekst die goed leesbaar was en een strakke uitstraling. Ook benadrukte hij hoe belangrijk het is om de afstanden tussen de vakjes consistent te houden, zodat alles mooi in balans is.

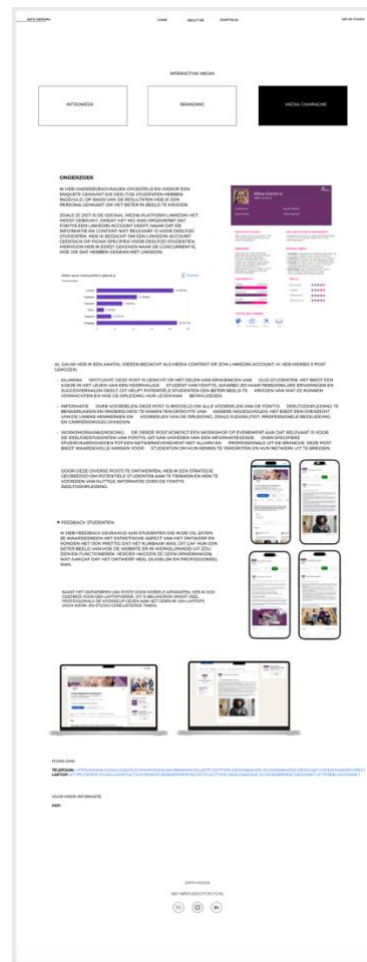
Mijn volgende stap in dit ontwerpproces is het definiëren van de interactie wanneer gebruikers op een leeruitkomst klikken, en welke specifieke informatie op dat moment wordt gepresenteerd. Dit omvat niet alleen het visuele ontwerp van deze weergave, maar ook de functionele interacties die de gebruiksvriendelijkheid optimaliseren. Ik moet nog nadenken

over de beste manier om de leeruitkomsten te organiseren - misschien per project, of in specifieke secties die relevant zijn voor mijn professionele ontwikkeling. Dit vraagt nog om mijn verdere aandacht.

Ik heb eerst overwogen om de leeruitkomsten te organiseren per opdracht. Dus wanneer je op een leeruitkomst klikt, zie je eerst aan welke opdrachten ik heb gewerkt, zoals Introweek, Branding, en Mediacampagne. Vervolgens, als je bijvoorbeeld op Mediacampagne klikt, zie je een interactief product dat ik heb ontwikkeld voor die opdracht. Ik heb hiervoor een wireframe gemaakt en verder uitgewerkt, en dit vervolgens op mijn website gepresenteerd.



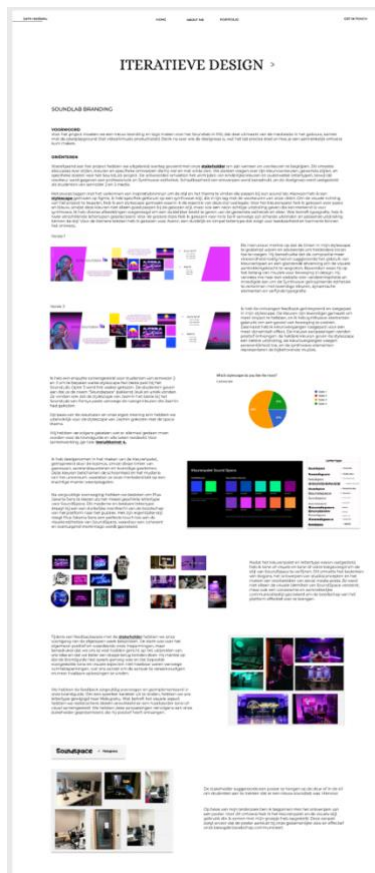
Voor



dit project heb

ik opnieuw feedback verzameld en een **usertest** uitgevoerd. Uit de test bleek dat de knoppen die ik had ontworpen voor de opdrachten (zoals Introweek, Branding, Mediacampagne) overbodig waren, omdat sommige van deze knoppen nergens naartoe leidden als er bijvoorbeeld geen interactief mediaproduct beschikbaar was voor die specifieke opdracht. Ook gaven de studenten aan dat ze moeite hadden om gemakkelijk naar andere leeruitkomsten te navigeren nadat ze op een specifieke leeruitkomst hadden geklikt.

Als aanpassingen heb ik daarom de overbodige knoppen verwijderd en alle informatie op één pagina geplaatst, georganiseerd onder kopjes voor een betere structuur en duidelijkheid. Daarnaast heb ik een dropdown menu toegevoegd om de gebruiksvriendelijkheid te verbeteren, zodat gebruikers gemakkelijk tussen verschillende leeruitkomsten kunnen navigeren.



INTERACTIVE MEDIA ▾

Development
Iterative design
Professional standard
Personal leadership

Conclusie:

Na het verzamelen van feedback en het uitvoeren van gebruikerstests voor mijn portfolio, heb ik een iteratief proces doorlopen om deze te verbeteren. Ik heb de grijze achtergrond en kleurovergangen verwijderd, overbodige knoppen weggehaald, alle informatie georganiseerd op één pagina met duidelijke sectiekopjes, en een dropdown menu toegevoegd om de navigatie tussen leeruitkomsten te verbeteren.

Business card

Voor deze opdracht moesten we een visitekaartje maken. Kies een functietitel die volgens jou past bij jouw interesses en (toekomstige) vaardigheden. Zet op de voorkant je persoonlijke informatie en op de achterkant je media-gerelateerde vaardigheden. Vergeet niet te beginnen met onderzoek!

Ik ben eerst begonnen met een klein onderzoek. Hierbij heb ik gekeken naar andere business cards, voornamelijk op Pinterest en ook op: <https://dribbble.com/search/business-card>. Ik heb onderzocht wat

belangrijk is op een visitekaartje en welke elementen ik zelf ook wilde toevoegen. Uiteindelijk heb ik gekozen voor een simpele look.

Belangrijke elementen op een business card zijn:

1. **Naam:** De naam van de persoon of het bedrijf moet duidelijk en prominent aanwezig zijn.
2. **Functietitel:** Dit geeft aan wat je rol is en helpt bij het herinneren van je vaardigheden en verantwoordelijkheden.
3. **Contactinformatie:** Inclusief telefoonnummer, e-mailadres en eventueel een fysiek adres.
4. **Bedrijfslogo:** Een herkenbaar logo helpt bij de branding en maakt je kaartje visueel aantrekkelijk.
5. **Ontwerp:** Het ontwerp moet consistent zijn met de branding van het bedrijf en professioneel ogen.

De naam van mijn business card is mijn eigen naam, dus leek het me leuk om met mijn naam te spelen voor het logo. Ik heb de eerste letters van mijn voor- en achternaam gepakt en mijn volledige naam ertussenin gezet. Dit concept had ik vaak gezien en het leek me wel passend.

Voor de binnenkant van de kaart had ik een ander creatief idee met mijn naam. Ik heb de S en de H samengevoegd, wat er volgens mij heel mooi uitzag. Daarnaast heb ik mijn telefoonnummer, e-mailadres en adres erbij geschreven.



Als feedback kreeg ik dat mijn logo te ingewikkeld was en onrust uitstraalde. Bovendien stond mijn informatie niet helemaal recht op de business card. Ik heb daarom de informatie recht uitgelijnd. Omdat ik het logo aan de binnenkant van de business card erg mooi vond, heb ik dit verder verwerkt en er een apart logo van gemaakt voor de buitenkant. Daarnaast heb ik aan de binnenkant van de business card wat meer ruimte gecreëerd.





Conclusie:

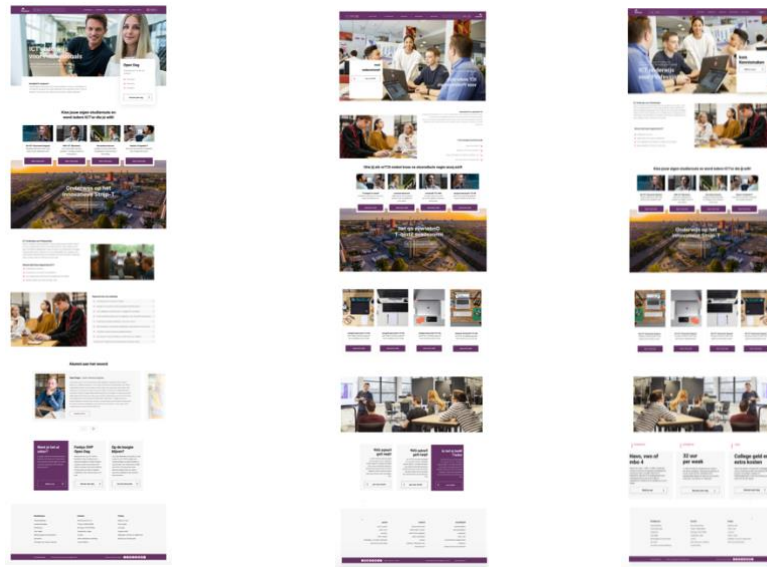
Na onderzoek naar business cards, heb ik de belangrijkste elementen geïdentificeerd en gekozen voor een simpel ontwerp. Ik heb dit ontwerp gemaakt met Adobe, waarbij ik iteratief verbeteringen heb aangebracht op basis van feedback, resulterend in een professioneel en gebruiksvriendelijk visitekaartje.

OVP

Voor deze opdracht kregen wij in een groepje de taak om de Fontys website te herontwerpen. Het doel was om meer studenten aan te trekken en hen langer op de website te laten blijven.

Op basis van een oude groepsgenoot heb ik deze website aangepast, ik heb een aantal iteraties doorlopen voor mijn design.

Ik heb onze doelgroep onderzocht door middel van een enquête, waarbij ik de resultaten heb geanalyseerd. De meerderheid van de studenten gaf aan dat ze niet alle benodigde informatie duidelijk konden vinden op onze website. In reactie daarop heb ik een persona opgesteld om de doelgroep beter te begrijpen en een concurrentieanalyse uitgevoerd om de sterke en zwakke punten van andere hogescholen te identificeren. Het onderzoek dat ik heb uitgevoerd, wordt gedocumenteerd in de leeruitkomsten 4 en 1



Iteratieve proces

Tijdens het iteratieve ontwerpproces voor de Fontys ICT Deeltijd website heb ik in drie fasen gewerkt om tot een gebruiksvriendelijk en aantrekkelijk eindproduct te komen, op basis van continue feedback. Het eerste ontwerp was niet van mij, maar was het oorspronkelijke design dat ik van een oude groepsgenoot heb ontvangen.

Eerste Ontwerp -

Het oorspronkelijke ontwerp, "Fontys ICT Deeltijd", werd door een oude groepsgenoot gemaakt. Dit ontwerp richtte zich op het creëren van een informatieve en dynamische website. De hero-sectie bevatte een prominente afbeelding met een call-to-action knop voor het inschrijven voor een open dag. Daarnaast was er een sectie waarin studenten hun eigen studieroutes konden samenstellen, en werd het onderwijs op het Innovatieve Strip-T benadrukt met visuals en tekst. Ook waren er testimonials van alumni geïntegreerd om geloofwaardigheid en ervaringen te delen. Hoewel dit ontwerp een solide basis bood, werd het ervaren als te druk in de hero-sectie en verwarrend qua navigatie.

Tweede Ontwerp -

Op basis van deze feedback ontwikkelde ik het tweede ontwerp. Dit ontwerp vereenvoudigde de hero-sectie met minder tekst en een duidelijkere call-to-action knop. Ik voegde een nieuwe sectie toe voor verschillende richtingen binnen de ICT-deeltijdstudie, zodat bezoekers makkelijker informatie konden vinden die specifiek relevant voor hen is. De doelgroep gaf

echter aan dat er behoefte was aan meer contextuele informatie en snellere toegang tot specifieke inhoud. Om deze feedback te verwerken, heb ik de inhoud van de pagina's uitgebreid en de navigatiestructuur verbeterd.

Derde Ontwerp -

Het derde ontwerp, vond een betere balans tussen eenvoud en informatiedichtheid. De hero-sectie paste ik aan om zowel een call-to-action als essentiële informatie over de opleiding te bevatten. Ik verbeterde de navigatie verder met duidelijke secties en subsecties, en legde meer nadruk op testimonials van studenten en alumni. Gedurende dit proces ontving ik feedback van de doelgroep, die de informatieve en visuele elementen waardeerden.

Binnen ons groepje hebben we allemaal afzonderlijke design iteraties gemaakt. Hoewel mijn ontwerp niet werd gekozen als de uiteindelijke website, hebben we wel de beste elementen uit elk ontwerp samengevoegd. Zo zijn de secties over toelatingseisen, benodigde tijd en kosten uit mijn ontwerp overgenomen en geïntegreerd in het hoofddesign.



Conclusie

Het iteratieve proces resulteerde uiteindelijk in aanzienlijke verbeteringen in gebruiksvriendelijkheid, visuele aantrekkingskracht en informatiedichtheid van de Fontys ICT Deeltijd website. Door middel van constante feedback en aanpassingen heb ik een ontwerp gecreëerd dat zowel nieuwe studenten aanspreekt als bestaande studenten ondersteunt in hun studieproces.

Leeruitkomst 4(Professional standard)

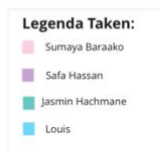
Soundspace Branding

Project Organisatie:

Tijdens de opdracht voor Soundlab heb ik in een team gewerkt aan het ontwikkelen van een nieuwe branding voor Soundlab. Ons doel was om een complete brandguide op te leveren. In het begin hebben we kort een tijdlijn besproken om structuur aan ons project te geven.

In mijn rol binnen het project waren mijn taken onder meer het definiëren van de tone of voice, visuele elementen zoals kleurenpalet en typografie, het opstellen van een enquête en het ontwerpen van een poster. Door deze taken op mij te nemen, kon ik me focussen op het creëren van consistente branding voor Soundlab. Concrete voorbeelden van mijn werk zijn gedetailleerd gedocumenteerd in een PDF-document dat mijn hele proces laat zien. Dit document bevat alle stappen die ik heb genomen, inclusief ontwerpschetsen, brainstormsessies en iteraties van mijn werk. Als je geïnteresseerd bent, kan ik je een link sturen naar dit document.

In de eerste week hebben we een kennismaking gehad met onze stakeholder, wat ons een beter inzicht gaf in de stijl en kernwaarden van Soundlab. Vervolgens hebben we allemaal individueel een stylescape gemaakt, welke we hebben gepresenteerd aan onze doelgroep. Samen met Josh hebben we uiteindelijk de meest geschikte stylescape gekozen. In de tweede week zijn we begonnen met het afronden van de brandguide en in de derde week hebben we onze contentstrategieën geëvalueerd en geoptimaliseerd.



Brandguide



Om de brandguide effectief te ontwikkelen, hebben we een takenverdeling gemaakt op Miro waarin duidelijk werd wie welke onderdelen zou uitwerken. Daarnaast hebben we ook gezamenlijk aan enkele onderdelen gewerkt om tot een samenhangend geheel te komen. In het begin verliep onze samenwerking wat stroef vanwege een gebrek aan communicatie. Dit probleem hebben we binnen de groep besproken en geleidelijk verbeterd, waardoor uiteindelijk iedereen op één lijn zat en de samenwerking soepeler verliep.

Communicatie met Stakeholders:

Voor deze opdracht was Josh onze stakeholder. Samen met het team heb ik regelmatig met hem gecommuniceerd om zijn visie goed te begrijpen. Aan het begin van het project hebben we een kennismakingsgesprek gevoerd om de kernwaarden van Soundlab te achterhalen. Hiervoor hadden we een gedetailleerde vragenlijst voorbereid om zijn voorkeuren en verwachtingen in kaart te brengen. Ik heb de feedbackmomenten met de stakeholder en docenten zorgvuldig vastgelegd in een PDF-document.

Onderzoek:

Voor Soundlab heb ik uitgebreid onderzoek gedaan om een goed beeld te krijgen van de mogelijkheden en de wensen van onze stakeholder. We begonnen met een bezoek aan Soundlab om de faciliteiten en mogelijkheden te verkennen. Het kennismakingsgesprek met onze stakeholder was essentieel om zijn voorkeuren en verwachtingen te begrijpen.

Op basis van deze inzichten heb ik een stylescape gemaakt, hier heb ik vervolgens een iteratie op gedaan. Om een bredere feedback te krijgen, hebben Sumaya en ik studenten van semester 2 en 3 gevraagd om hun input. Door feedback van Paul dat het belangrijk is om alles vast te leggen, heb ik besloten om al onze stylescapes in een enquête te verwerken en opnieuw aan studenten voor te leggen. Hieruit bleek dat Jasmin's stijl het meest geschikt was voor Soundlab. In overleg met Josh hebben we besloten om voor deze stijl te gaan.

Met deze keuze als basis hebben we een kleurenpalet en lettertype vastgesteld, geïnspireerd door de gekozen stylescape. Om de stijl verder te ontwikkelen, heb ik tone of visuals en voices gecreëerd om een breder beeld te geven. Deze elementen zijn aangepast op basis van feedback van Josh, om ze realistischer en speelser te maken. Mijn volledige onderzoek is te vinden bij leeruitkomst 3.

Reporting:

Ik heb mijn documentatie goed bijgehouden, wat heeft geholpen om mijn werkproces goed te kunnen volgen en mijn leeruitkomsten te kunnen aantonen. Samen met een groepsgenoot heb ik de presentatie gemaakt en hebben we gezamenlijk ons eindproduct gepresenteerd.

Portfolio website

Project Organisation

Dit semester heb ik hard gewerkt aan mijn portfolio. Ik heb mijn creatieve ideeën laten zien en mijn technische vaardigheden verbeterd. Ik heb mijzelf enorm veel ontwikkeld in een kort tijd. Ik heb geleerd hoe ik projecten goed kan organiseren, mijn ideeën duidelijk kan vertellen, goed onderzoek kan doen en mijn resultaten helder kan laten zien. Hierdoor ben ik persoonlijk en professioneel gegroeid.

In het begin heb ik niet echt veel aandacht besteed aan het stellen van doelen, waardoor ik soms het gevoel had dat ik wat verdwaalde in mijn leerproces. Maar na verloop van tijd ben ik steeds doelgerichter gaan werken en heb ik echt de tijd genomen om een duidelijk stappenplan te maken voor elke leeruitkomst. Hierdoor kreeg ik beter grip op wat er van me werd verwacht en kon ik ook beter aantonen dat ik aan deze verwachtingen voldeed.

Ik begon door voor elke leeruitkomst te analyseren wat er precies van me werd verwacht. Vervolgens zorgde ik ervoor dat ik de juiste bewijslast voor elke leeruitkomst verzamelde. Ik ging systematisch te werk, stap voor stap, om ervoor te zorgen dat ik alles in orde had. Dit betekende dat ik eerst mijn doelen analyseerde, vervolgens bepaalde welke bewijzen nodig waren om aan die doelen te voldoen, en ten slotte die bewijzen verzamelde en organiseerde om aan te tonen dat ik de leeruitkomsten had behaald.

Mijn communicatie met assessoren

Tijdens mijn communicatie met assessoren heb ik regelmatig feedback gevraagd en ontvangen om mijn werk te verbeteren. In het begin vond ik het lastig om feedback te vragen, omdat alles nieuw voor mij was en ik niet alles volledig begreep. Naarmate de tijd verstreek, werd ik echter steeds comfortabeler met het vragen om feedback. Dit heeft mij enorm geholpen om progressie te tonen in mijn werk.

Ik heb feedback gevraagd aan zowel Paul, Dennis als Stan. Hun inzichten hebben me geholpen om mijn werk te verfijnen en te verbeteren. Ik heb alle feedbackmomenten zorgvuldig gedocumenteerd in een PDF-bestand, dat van toepassing is voor mijn portfolio. Deze documentatie laat zien hoe ik de feedback heb geïntegreerd en gebruikt om mijn werk iteratief te verbeteren.

Onderzoek:

Voor mijn portfolio heb ik grondig onderzoek gedaan. Ik heb verschillende websites bezocht en geanalyseerd hoe andere portfolio's zijn opgebouwd om een goed beeld te krijgen van effectieve ontwerpstrategieën. Op basis van deze inzichten heb ik een moodboard samengesteld dat diverse elementen bevat zoals stijlrichtingen, kleurenpaletten, lettertypes, logo-ideeën en fotografie. Dit moodboard hielp me een samenhangend en visueel aantrekkelijk concept voor mijn portfolio te ontwikkelen. Alle bevindingen en ontwerpen heb ik uitgebreid gedocumenteerd in een PDF-bestand, wat een duidelijk overzicht biedt van mijn onderzoek en creatieve proces.

Reporting:

Door mijn ontwerpproces, feedback en aanpassingen vast te leggen, heb ik mijn rapportage- en documentatievaardigheden aangetoond. Mijn uiteindelijke portfolio website, het resultaat van deze iteratieve aanpak, laat zien hoe ik onderzoek, inspiratie, feedback en rapportage heb geïntegreerd om een professioneel en boeiend eindproduct te creëren.

Media Campagne

Project Organisaties

Ons project had als voornaamste doel een effectieve mediacampagne op te zetten om meer studenten aan te trekken. Om dit doel te bereiken, hebben we als team geleerd van eerdere communicatieve fouten en zijn we tot duidelijke afspraken gekomen, wat aanzienlijk heeft bijgedragen aan de verbetering van onze samenwerking. Door taken te verdelen, kon elk teamlid zich concentreren op specifieke aspecten, waardoor er een efficiënte werkomgeving ontstond. Als resultaat hiervan hebben we een uitgebreid PDF-bestand opgesteld om onze takenverdeling en afspraken te documenteren en te delen.

Deze keer verliep de samenwerking aanzienlijk beter dan voorheen, omdat elk teamlid zijn eigen taken had en we regelmatig feedback van elkaar ontvingen na de voltooiing van elk onderdeel. Mijn persoonlijke verantwoordelijkheid lag bij het ontwikkelen van het LinkedIn-gedeelte van onze campagne, waarbij ik ervoor moest zorgen dat het gebruik van sociale media, met name LinkedIn, studenten zou aanspreken.

Communicatie met stakeholder

Als team hebben we regelmatig gecommuniceerd met Yvonne, stakeholder. Dankzij Teams konden we haar gemakkelijk bereiken en vragen stellen, zoals het versturen van enquêtes naar OVP-studenten. Door middel van sprintopleveringen hebben we onze voortgang gedeeld en Yvonne actief betrokken bij de ontwikkeling van onze mediacampagne.

Onderzoek:

Voor ons onderzoek heb ik verschillende methoden toegepast om meer inzicht te krijgen. Ik ben begonnen met het opzetten van een enquête, waarin ik onze onderzoeksvragen heb gebruikt om directe feedback van OVP-studenten te verzamelen.

Daarnaast heb ik een concurrentieanalyse uitgevoerd om inzicht te krijgen in de strategieën en benaderingen van andere hogescholen. Deze analyse hielp mij om de beste trends en technieken in de sector te identificeren.

Naast de concurrentieanalyse heb ik ook een doelgroep analyse uitgevoerd om onze doelgroep beter te begrijpen en vast te stellen. Op basis van deze analyse heb ik een persona gecreëerd, waarmee ik me kon inleven in de behoeften en verwachtingen van onze potentiële studenten.

Met al deze verzamelde informatie ben ik vervolgens gaan brainstormen over ideeën voor onze campagneposts. Ik heb verschillende creatieve ideeën bedacht en de meest veelbelovende geselecteerd voor verdere uitwerking. Deze ideeën heb ik geïntegreerd in mijn ontwerp in Figma, waarbij ik een interactief media-product heb gecreëerd dat de kernboodschappen van onze campagne op een boeiende en effectieve manier communiceert. **Exploratory Research staat van in een pdf-bestand.**

Reporting

Ik heb nauwgezet elke stap van het onderzoeksproces gedocumenteerd, van het formuleren van onderzoeksvragen tot het ontwikkelen van persona's. Deze documentatie zorgde voor consistentie en hielp bij het rapporteren van de voortgang aan mijn team en stakeholders. Bovendien heb ik actief bijgedragen aan het maken van de presentatie en heb ik onze bevindingen tijdens de presentatie helder gecommuniceerd aan het publiek.

Leeruitkomst 5(Personal leadership)

ICT-media

Hii, Mijn naam is Safa Hassan, ik ben 19 jaar oud en heb twee jaar geleden mijn havodiploma behaald. Op dat moment wist ik nog niet welke richting ik op wilde gaan. Dit was tijdens de coronapandemie, waardoor het bezoeken van open dagen geen optie was. Hierdoor koos ik ervoor om Verpleegkunde te gaan studeren, aangezien ik een interesse had in biologie.

Al snel merkte ik in het begin van het schooljaar dat ik mij niet op mijn plek voelde. De lessen spraken mij niet aan, en geen enkel onderwerp wist mijn interesse te wekken. Dit demotiveerde mij enorm, tot het punt dat ik besepte dat ik dit niet als mijn toekomstige beroep wilde uitoefenen. Ik besloot daarom te stoppen met de studie Verpleegkunde.

Vanaf dat moment ben ik serieus gaan nadenken over wat mij blij maakt en wat ik echt leuk vind om te doen. Ik ben een creatief persoon; zelfs tijdens de opleiding Verpleegkunde vond ik het maken van posters het leukst. Ik heb ook een persoonlijkheidstest en een kwaliteitentest gedaan, waaruit een top 10 van mogelijke studies naar voren kwam.

Hoewel ik eerder niet serieus naar die top 10 keek, besloot ik vanuit mijn eigen interesse om voor IT Mediadesign te kiezen. Tot mijn verrassing bleek dit ook de nummer één uit de test te zijn – het voelde als een teken. Na het eerste semester kan ik met vreugde zeggen dat ik mij zeer op mijn plek voel in deze studie. Ik vind het vakgebied buitengewoon interessant en wil er graag meer over leren.

Kernwaarden

Samenwerking: Ik geloof in de kracht van teamwork en waardeer de diverse perspectieven die mijn medestudenten en collega's meebrengen.

Doorzettingsvermogen: Bij het oplossen van complexe problemen geef ik niet op en blijf ik positief gericht, zelfs als dingen niet zo goed gaan.

Communicatie: Effectieve communicatie is essentieel voor mij, zowel in het delen van ideeën als in het samenwerken met anderen om gemeenschappelijke doelen te bereiken.

Feedback ontvangen: Ik sta open voor feedback en zie dit als een waardevolle kans om te groeien en mezelf continu te verbeteren.

Carrière dag Strijp-S

Voor mijn persoonlijke ontwikkeling heb ik deelgenomen aan de carrière dag op Strijp-S. Tijdens dit evenement kon ik kennismaken met verschillende specialisaties, minors en bedrijven voor mogelijke stages. Ondanks dat dit vroeg in het semester plaatsvond, heb ik veel waardevolle kennis kunnen opdoen.

Vandaag 18 april heb ik deelgenomen aan de carrièredag op Strijp-S. Terwijl we rondkeken op de eerste verdieping, kwamen we al snel langs verschillende specialisaties. Eerlijk gezegd sprak bijna niets me echt aan.



Toch trok het zorgaspect mijn aandacht enigszins. Ik heb namelijk een jaar verpleegkunde gestudeerd, dus de combinatie van IT en zorg leek me interessant. Het idee om te kijken hoe IT kan bijdragen aan verbeteringen in de zorg sprak me aan. Het is een boeiend terrein waarin technologie kan worden ingezet om processen efficiënter te maken en de kwaliteit van zorg te verbeteren. Ik ben benieuwd naar de mogelijkheden en uitdagingen binnen dit vakgebied en hoop meer te ontdekken tijdens mijn verdere verkenning.

Tijdens de carrière dag waren er niet alleen specialisaties te vinden, maar ook minors en bedrijven die stageplekken aanboden. Wat me opviel, was dat de meerderheid van deze mogelijkheden niet gericht was op de diverse aspecten van mediadesign. Als er al iets te maken had met mediadesign, lag de nadruk meer op user experience dan op het creatieve ontwerpaspect.

Echter, er was één bedrijf dat eruit sprong en mij het meeste aansprak. Ze boden een geweldige plek voor mediastudenten en hadden zelfs locaties in het buitenland, wat mij enorm interesseerde. Het idee om ervaring op te doen in het buitenland spreekt me aan, omdat het niet alleen mijn professionele vaardigheden zou verbreden, maar ook mijn persoonlijke horizon zou verbreden. Het lijkt me een fantastische kans om mijn passie voor mediadesign verder te ontwikkelen en tegelijkertijd nieuwe culturen te ontdekken en ervaren.



Het bijwonen van evenementen zoals de carrièredag op Strijp-S is niet alleen een kans om meer te leren over potentiële carrièremogelijkheden, maar het is ook een belangrijk onderdeel van mijn persoonlijke ontwikkeling. Door deel te nemen aan dergelijke activiteiten vergroot ik mijn kennis

over verschillende vakgebieden en industrieën, en kan ik beter begrijpen waar mijn interesses en vaardigheden het beste tot hun recht komen.

Bovendien bieden dergelijke evenementen de gelegenheid om te netwerken met professionals uit verschillende sectoren, wat kan leiden tot waardevolle connecties en mogelijkheden voor stages, projecten of zelfs toekomstige banen. Het verbreden van mijn professionele netwerk is een essentieel onderdeel van mijn groei en ontwikkeling als individu.

Door actief deel te nemen aan dergelijke evenementen investeer ik niet alleen in mijn toekomstige loopbaan, maar ook in mijn persoonlijke groei en ontwikkeling als individu. Het stelt me in staat om mijn horizon te verbreden, nieuwe mogelijkheden te verkennen en mezelf verder te ontwikkelen op zowel professioneel als persoonlijk vlak.



Waar zie ik mijzelf verdiepen

Door middel van mijn portfolio en de leeruitkomsten heb ik de kans gekregen om verschillende aspecten van het vakgebied te verkennen. Echter, ik heb nog niet voldoende tijd besteed aan het kiezen van een specifieke richting of specialisatie. Ik ben nog steeds zoekende en moet nog veel ontdekken voordat ik een definitieve keuze kan maken. Ik kijk ernaar uit om in het volgende semester meer duidelijkheid te krijgen en verder te verkennen waar mijn interesses en talenten liggen.

Reflectie op semester 2

Tijdens het tweede semester van mijn studie heb ik een opvallende groei doorgemaakt op persoonlijk vlak. Hoewel ik met veel enthousiasme aan het semester begon, merkte ik al snel dat het uitdagender was dan het eerste semester. Een van de eerste obstakels die ik tegenkwam, was het tonen van mijn leeruitkomsten. Deze bleken nog niet helemaal helder voor mij te zijn, waardoor ik aanvankelijk moeite had om ze goed te presenteren. Het was een proces waarin ik worstelde om mijn eigen identiteit te vinden in het opbouwen van mijn persoonlijke portfolio. Hierdoor vroeg ik in het begin niet vaak om feedback, en voelde ik me een beetje verloren tijdens de reviewmomenten.

Gelukkig realiseerde ik me al dat ik een stap terug moest zetten en een andere aanpak moest vinden om mijn doelen te bereiken. Ik besepte dat ik meer feedback nodig had om te begrijpen waar ik stond en hoe ik kon verbeteren. Door mijn inzet te verdubbelen en extra feedbackmomenten in te plannen, kon ik mijn achterstand inhalen en alsnog mijn werk en leeruitkomsten met vertrouwen presenteren. Deze periode van zelfreflectie en intensief werk heeft me enorm geholpen om mijn weg te vinden binnen het studieprogramma.

Het tweede semester heeft me niet alleen geleerd over de vakinhoudelijke aspecten van mijn opleiding, maar ook over mijn eigen capaciteiten en groeimogelijkheden. Ik ben er trots op dat ik mijn veerkracht heb laten zien door deze uitdagingen aan te gaan. Ik ben ervan overtuigd dat de lessen die ik dit semester heb geleerd, me zullen helpen om nog sterker terug te komen in het volgende semester. Ik heb geleerd dat het vragen om feedback cruciaal is voor mijn groei en dat het bijhouden van mijn voortgang vanaf het begin van onschatbare waarde is. Met deze inzichten ben ik vastbesloten om mijn prestaties verder te verbeteren en mijn volledige potentieel te benutten.

Mijn ontwikkeling naar persoonlijk leiderschap in ICT Media Design is een continu avontuur van leren, groeien en inspireren. Ik kijk enthousiast uit naar de volgende fase van mijn professionele reis, waarbij ik de ervaringen en inzichten van dit semester blijf gebruiken om mijn ontwikkeling voort te zetten.