

Interactive media products

Interview Persona

Customer journey

Prototype Testing

Research

Iterative design

Typografie

Professional standard

Presentation skills

Time management

Feedback

Communication

Personal Leadership

Media campaign:

We kregen de briefing voor het project om een Redesign/aanpassing te maken voor fontys ict dit waren de requirements:

Activiteiten

Er is geen vaste lijst met activiteiten voor de eerste sprint, omdat je aanpak en gekozen methoden afhangen van het gekozen product. Als leidraad zijn een aantal standaardactiviteiten en bijbehorende producten opgesomd:

Inspiratie opdoen voor je product, m.b.t. campagnes, visuals etc.

Doel bepalen (check met klant)

Merkidentiteit bepalen

Analyseer de doelgroep

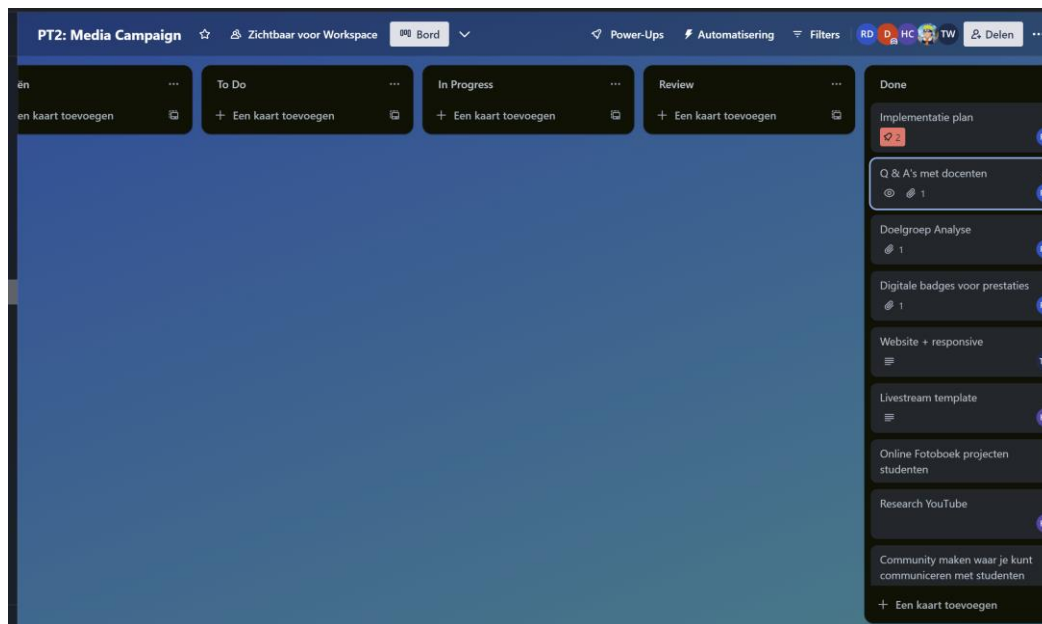
Analyseer de huidige mediaproducten (website, communicatieproducten), bepaal wat er ontbreekt

Ideeën genereren

Maak een strategie en planning

Maak uw marketingmiddelen

We zijn direct begonnen met het opzetten van een trello om het werk te verdelen:



We hebben de taken opgedeeld + wat extra

Als 1^e ben ik begonnen met het maken van een doelgroep analyse daar kwam dit uit: doelgroep:

Carrièreswitchers: Mensen tussen de 30 en 50 jaar oud die momenteel in een andere sector werken maar geïnteresseerd zijn in een overstap naar een ICT-carrière. Ze zien kansen in de groeiende vraag naar ICT-vaardigheden en willen profiteren van de mogelijkheden die de ICT-sector biedt.

Professionals in technische functies zonder formele ICT-opleiding: Deze groep bestaat uit technici, monteurs en anderen met praktische technische ervaring, maar zonder een formele opleiding in ICT. Ze willen hun vaardigheden formaliseren en zo hun kansen in de ICT-sector vergroten.

Recent afgestudeerden van niet-ICT-gerelateerde opleidingen: Jongeren tussen de 20 en 30 jaar oud met een diploma in een niet-ICT-gerelateerd vakgebied tonen interesse in de ICT-sector vanwege de mogelijkheden op het gebied van softwareontwikkeling, data-analyse en IT-beheer.

Werkende professionals die hun vaardigheden willen upgraden: Mensen in diverse sectoren, zoals marketing, financiën of administratie, willen hun ICT-vaardigheden verbeteren om competitiever te worden op de arbeidsmarkt of om beter te presteren in hun huidige baan.

Oudere volwassenen op zoek naar nieuwe uitdagingen: Personen tussen de 40 en 50 jaar oud willen hun kennis bijwerken om relevant te blijven in een snel veranderende digitale wereld. Ze zijn op zoek naar nieuwe uitdagingen naast hun huidige carrière.

Ondernemers en freelancers: Zelfstandige ondernemers of freelancers willen hun ICT-vaardigheden ontwikkelen om hun bedrijf te laten groeien. Ze hebben bijvoorbeeld behoefte aan vaardigheden op het gebied van webontwikkeling, digitale marketing en bedrijfssysteembeheer.

Conclusie:

De diverse doelgroep voor de deeltijdopleiding ICT biedt een brede kans om verschillende individuen met uiteenlopende achtergronden en doelstellingen aan te spreken. Door zich op deze doelgroep te richten, kan de opleiding een diverse groep studenten aantrekken en hen helpen hun doelen te bereiken in de groeiende ICT-sector.

Persona:

DAAN JANSSEN

Gender : man
Leeftijd : 28
Opleiding : Mbo Marketing
Bezigheden : Project manager

BIOGRAPHY
Als een gedreven marketingafstudeerder van 28, combineert hij zijn passie voor creativiteit met analytisch denken om innovatieve strategieën te ontwikkelen die merken doen opvallen in een competitieve markt.

MOTIVATIONS
Zijn diepgewortelde nieuwsgierigheid naar consumentengedrag en zijn drang om impact te maken, stimuleren hem om voortdurend te streven naar nieuwe inzichten en innovatieve benaderingen binnen het marketingveld.

FRUSTRATIES
Beperkingen van traditionele marketingmethoden
Verlangen naar meer ruimte voor creativiteit en experimentatie
Ondervinden van weerstand binnen organisaties tegen verandering

MOTIVATIES
Diepgewortelde nieuwsgierigheid naar consumentengedrag
Drang om impact te maken in het marketingveld
Streven naar continue groei en innovatie

BRANDS
NIKE
SPOTIFY

Sem is daarna aan de gang gegaan met een Implementatie plan geschreven, We hebben ons niet gefocust op de centen maar meer op de content: We zagen in onze research dat Youtube ideaal zou zijn voor onze doelgroep. De doelgroep spendeert daar veel tijd en daarom is het platform de ideale keuze. Hakan heeft een Research geschreven over de content op youtube.

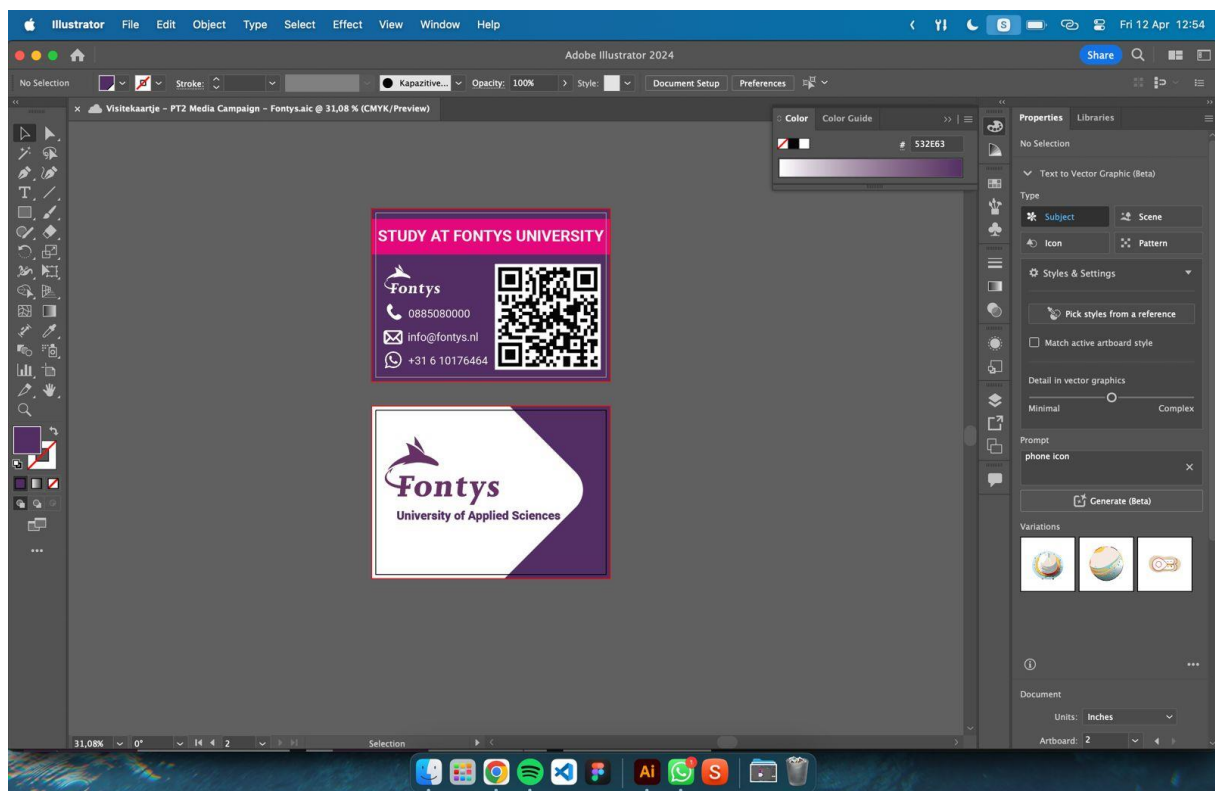
Branding:

Devan heeft de Branding gemaakt echter waren we hier natuurlijk vrij beperkt in aangezien we rekening moesten houden met de stijl van fontys.



Visite kaartje

Daarna hebben we een Visite kaartje ontworpen:



Q en A's met docenten:

Ik heb een document opgesteld voor de youtube video's/ streams om wat leuke content te maken waaardoor je met de doelgroep interactief kan zijn. Het idee ervan was dat ze eerst zelf wat vragen beantwoorde en dan mensen die de stream keken wat vragen konden insturen. Dit waren de vragen:

Q en A's met docenten

Wat maakt de deeltijdopleiding HBO ICT aan Fontys uniek?

Hoe ziet het curriculum eruit en welke vakken worden er gedoceerd?

Hoe worden de lessen georganiseerd voor deeltijdstudenten?

Welke mogelijkheden zijn er voor werkende professionals om de opleiding te combineren met hun baan?

Wat zijn de toelatingseisen voor de deeltijdopleiding?

Kunnen studenten rekenen op ondersteuning vanuit de opleiding als ze moeite hebben met bepaalde vakken?

Hoe is de verhouding tussen theoretisch onderwijs en praktische toepassingen binnen de opleiding?

Zijn er mogelijkheden voor stages of praktijkervaring tijdens de opleiding?

Hoe wordt de opleiding beoordeeld door voormalige studenten en werkgevers?

Wat zijn de carrièremogelijkheden voor afgestudeerden van de deeltijdopleiding HBO ICT aan Fontys?

Digitale badges:

Ik heb ook wat Digitale badges ontvangen omdat ik een research heb gedaan over digitaal punten sparen. Dit leek ons een leuke toevoeging:

Research:

Inleiding

Puntensystemen worden steeds vaker gebruikt als een instrument om de betrokkenheid van studenten te vergroten en hun motivatie te stimuleren bij het afronden van projecten op scholen. Dit onderzoek richt zich op de effectiviteit van puntensystemen binnen het onderwijs, specifiek gericht op het voltooien van projecten. Door de mechanismen achter puntensystemen te analyseren en empirisch bewijs te onderzoeken, streven we ernaar om inzicht te krijgen in hoe puntensystemen kunnen worden geoptimaliseerd om de leerresultaten te verbeteren.

Mechanismen achter Puntensystemen

Puntensystemen in het onderwijs werken vaak volgens het principe van positieve bekrachtiging, waarbij studenten punten verdienen voor het voltooien van taken of het behalen van specifieke mijlpalen binnen een project. Deze punten fungeren als externe beloningen en activeren de beloningscentra in de hersenen, waardoor studenten gemotiveerd worden om het gewenste gedrag te vertonen.

Psychologisch gezien zijn puntensystemen geworteld in verschillende theorieën, waaronder de zelfdeterminatietheorie en de motivatietheorie. Door punten te verdienen, ervaren studenten een gevoel van competentie en autonomie, wat hun intrinsieke motivatie kan versterken. Bovendien bieden puntensystemen sociale validatie en een gevoel van prestatie, wat bijdraagt aan de motivatie van studenten om projecten succesvol af te ronden.

Empirisch Bewijs

Verschillende studies hebben de effectiviteit van puntensystemen in het onderwijs onderzocht. Een onderzoek uitgevoerd door [Auteur et al., Jaar] onderzocht bijvoorbeeld het gebruik van een puntensysteem om de deelname aan groepsprojecten te bevorderen. De resultaten toonden aan dat studenten die punten konden verdienen voor hun bijdragen aan groepsactiviteiten significant meer betrokkenheid vertoonden en een hogere tevredenheid rapporteerden met hun leerervaring.

Een andere studie door [Auteur et al., Jaar] onderzocht de impact van punten op de kwaliteit van het afgeleverde werk binnen projecten. De bevindingen onthulden dat studenten die punten konden verdienen voor de kwaliteit van hun werk een hoger niveau van betrokkenheid en inzet toonden bij het produceren van hoogwaardige output.

Uitdagingen en Overwegingen

Hoewel puntensystemen aanzienlijke voordelen kunnen bieden voor het voltooien van projecten op scholen, zijn er ook enkele uitdagingen en overwegingen waarmee rekening moet worden gehouden. Overmatige nadruk op punten kan leiden tot extrinsieke motivatie en het verlies van intrinsieke interesse in het leren. Bovendien kunnen puntensystemen competitie en sociale vergelijking aanmoedigen, wat negatieve effecten kan hebben op de zelfwaardering van studenten.

Conclusie

Puntensystemen bieden een potentieel krachtig instrument om de betrokkenheid en motivatie van studenten te vergroten bij het voltooien van projecten op scholen. Door de mechanismen achter puntensystemen te begrijpen en empirisch bewijs te verzamelen, kunnen educatoren effectieve strategieën ontwikkelen om puntensystemen te optimaliseren en zo de leerresultaten te verbeteren. Het is echter essentieel dat puntensystemen worden gebruikt als onderdeel van een breder pedagogisch kader dat gericht is op het bevorderen van diepgaand begrip en intrinsieke motivatie bij studenten.

Website:

Travis heeft de website

Presentatie:

Op het einde heb ik de presentatie gemaakt en geven met Devan en Sem en gepresenteerd.