

Øving D1 i TDT4180 – MMI. Obligatorisk. Individuell.

Hensikten med denne øvingen er å trene brukbarhetsevaluering av programvare/nettsteder ut ifra guidelines og analyser.

Øvingen skal leveres som en rapport via it's learning. (Ikke behov for oppmøte på sal.)

Velg deg et "nettsted-par" blant de 7 parene som er listet under. Sammenlign de to nettstedene. Du skal i hovedsak konsentrere deg om forsiden, og ikke analysere hele nettstedet. Dette er ikke en oppgave der du skal "synse", men bruke teori fra faget.

Følgende spørsmål skal besvares for hvert av de to nettstedene:

Målgruppe:

- Hva tror du er målgruppen/målgruppene for nettstedet?
- Lag en persona for hver målgruppe. Kun noen linjer.

Visuell framstilling:

- Hvordan er det visuelle uttrykket tilpasset målgruppen?
- Brukes gestaltprinsippene? Hvilke og hvorfor?
- Følges guidelines for design? (Jacob Nielsens liste, Schneidermans 8. punkter)

Er nettstedet delt opp i forhold til forskjellige brukergrupper?

- I tilfelle hvilke, og virker denne inndelingen fornuftig?

Hva er hensikten med nettstedet, hva er dets funksjon?

- List opp minst to typiske brukssituasjoner i forhold til nettstedet. F.eks. hente informasjon, gjøre handel, bli underholdt, treffe andre...
- Gjør disse brukssituasjonene til korte scenarier der du lar en av personaene spille hovedrollen.

Språk/ordvalg

- Passer valget av ord og tekst generelt med målgrupper og funksjoner?

Bruk av linker, knapper, menyer, tabs etc.:

- Er det lett å se hva som skal kunne trykkes på, og hvor det tar en (Normans begrep om affordance)?
- Er disse lett forståelige? (Bruk Normans begreper om constraints, mapping og feedback til å forklare det, hvis det gir mening for det gitte nettstedet)

Totalvurdering av brukervennlighet:

- Hvordan vil du vurdere nettstedets brukervennlighet ut ifra de målgrupper og typiske funksjoner som du har identifisert?

Sammenligning av de to nettstedenes brukervennlighet:

- List de viktigste 3-4 punktene der nettstedene skiller seg fra hverandre, og gi en vurdering av positive og negative sider. Kan du kåre en vinner?

Andre egenskaper utover brukervennlighet:

Dersom du mener andre ting enn brukervennlighet også er viktig i forhold til å vurdere suksessen til nettstedene, utdyp dette og gi en vurdering.

- Eksempler kan være kommunikasjon mot potensielle kunder, reklameverdi, firmabranding...

Velg ett av de 7 parene under for din nettstedsvurdering:

Universiteter:

<http://www.ntnu.no>

<http://www.uib.no>

Teleselskaper:

<http://www.telenor.no>

<https://www.onecall.no/>

Persontransport:

<http://www.norwegian.no>

<http://www.sas.no>

Leskedrikker:

<http://www.pepsi.no>

<http://www.cocacola.no>

Spillkonsoller:

<http://www.xbox.com/nb-no/>

<http://no.playstation.com>

Byer:

<http://www.trondheim.no>

<http://www.stockholm.se>

Elektronikk og tjenester:

<http://www.apple.com/no/>

<http://www.samsung.com/no/>