

Vakcode	CMVB26TRM
Naam	Transmediasystemen
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	10
Taal	Nederlands
Coördinator	J. van Denzen

Werkvormen	Projectonderwijs
Toetsen	Transmediasystemen - Overige toetsing

Leeruitkomsten

A) Na afloop van deze module ben je in staat om:

De probleemcontext en probleemstelling transparant en systematisch te formuleren door kritisch de wensen, behoeften en kenmerken van gebruikers, stakeholders, experts en relevante literatuur te analyseren en passende onderzoeksmethoden te selecteren.

De selectie en toepassing van onderzoeksmethoden (zoals deskresearch, interviews en literatuuronderzoek) methodologisch te onderbouwen en te verantwoorden door de gekozen methoden te evalueren in relatie tot de probleemstelling.

De verkregen onderzoeksinzichten te verwerken door deze expliciet te koppelen aan de probleemstelling en te vertalen naar concrete ontwerpvoorwaarden/requirements.

De ontwerpvoorwaarden/requirements op een duidelijke wijze te prioriteren.

B) Conceptideeën op een visuele wijze te ontwerpen, waarbij je elk concept duidelijk presenteert met een naam, een onderbouwde visie en visuele uitwerking van de werking.

De keuze voor het definitieve concept te onderbouwen door de voor- en nadelen kritisch te analyseren in relatie tot de ontwerpvoorwaarden en de toegepaste methoden.

Het concept op basis van opgedane inzichten door te ontwikkelen en visueel verder uit te werken.

C) Na afloop van deze module ben je in staat om:

Een prototype te creëren dat door

de gebruiker ervaren kan worden en een ervaring biedt die (nagenoeg) overeenkomt met het beoogde eindproduct.

De toegepaste tools en technologieën op een beknopte en transparante wijze te presenteren en de vormgeving, functionaliteiten en content van het prototype systematisch te analyseren en af te stemmen op het concept en de vastgestelde ontwerpspecificaties.

De gemaakte vormgevingskeuzes kritisch te evalueren en te onderbouwen op basis van de vastgestelde ontwerpvoorwaarden en de opgedane inzichten uit de literatuur of inzichten uit de literatuur.

D) Na afloop van deze module ben je in staat om:

Het prototype kritisch te evalueren via snelle evaluaties, waarbij je de evaluatieaanpak (inclusief doel, doelgroep, selectie en uitwerking van de evaluatiemethode) op een transparante en beknopte wijze documenteert.

De verzamelde evaluatieresultaten systematisch te analyseren en de opgedane inzichten te verwerken tot concrete en realiseerbare verbeterpunten voor het prototype op diverse relevante aspecten (zoals functionaliteiten, vormgeving, content en story).

F) Na afloop van deze module ben je in staat om:

Aan te tonen dat je je ontwerpproces zelfstandig hebt georganiseerd.

Aan te bent geweest om samenwerking en ideeënuitswisseling aan te laten zien en te tonen dat je oog hebt voor de belangen en beperkingen van de verschillende partijen in het proces.

Aan te tonen dat je oog hebt voor de belangen en beperkingen van de verschillende partijen in het proces.

G) Na afloop van deze module ben je in staat om:

Effectief samen te werken binnen een team door diverse expertises te herkennen, en te integreren.

Aan te tonen dat je met

stakeholders, doelgroep en opdrachtgeener naar doelmatig en overtuigend hebt gecommuniceerd.

Respectvol en inclusief te communiceren door actief naar anderen te luisteren, hun standpunten te waarderen en een open dialoog te bevorderen.

Inhoud

In het werkveld van

CMD werk je vaak aan complexe communicatievraagstukken van echte opdrachtgevers.

In het eerste project van

het tweede jaar werk je daarom in projectgroepen aan een actuele opdracht van een externe opdrachtgever. Het doel is om met als doel een onderbouwde en effectieve oplossing te ontwerpen voor diens vraagstuk.

Voor de opdrachtgever ontwikkel je een transmediaal concept voor een mediacampagne. Dat betekent dat je niet één los middel ontwerpt, maar een samenhangend geheel van media-uitingen dat is afgestemd op de doelgroep, de context en de doelstellingen van de opdrachtgever. Binnen een transmediaal concept wordt één verhaal verteld via meerdere media, waarbij elk medium een eigen rol speelt en bijdraagt aan het totaal. Een bekend voorbeeld is 'Wie is de Mol?', waarin onderdelen van het verhaal verspreid zijn over televisie, radio, website en social media..

Het transmediale concept wordt uitgewerkt en inzichtelijk gemaakt via een visueel uitgewerkte en geannoteerde klantreis. Deze klantreis is een zelfstandig CMD-beroepsproduct waarin de samenhang, timing en logica van het concept (en alle touchpoints) zichtbaar worden en waarmee je aantoont dat je begrijpt hoe gebruikers zich door de klantreis bewegen en waarom het concept zou kunnen werken. De individuele touchpoints worden hifi uitgewerkt.

Communicatiedoelen kunnen worden onderscheiden in doelen op het gebied van kennis, houding en gedrag. Binnen dit vak kijken we ook naar gedrag/ gedragsverandering, vaak het meest ambitieuze en tegelijkertijd moeilijkst te realiseren doel. Dat vraagt om grondig onderzoek naar het concrete gedragsprobleem, de doelgroep en de context waarin dat probleem plaatsvindt. We werken hierbij outside-in: je vertrekt niet vanuit een oplossing, maar vanuit het probleem. Je moet eerst het probleem begrijpen voordat je het kunt oplossen. Ontwerpkeuzes worden onderbouwd met eigen onderzoek, theorie en/of literatuur. Het proces van het ontwikkelen van een concept wordt gekeken naar welke factoren het gedrag kunnen beïnvloeden.

Gedurende acht weken werk je in groepsverband aan de ontwikkeling van het transmediale concept. In week acht presenteer je het eindconcept en uitwerkingen aan de opdrachtgever. Hoewel je gezamenlijk één concept ontwikkelt, ben je individueel verantwoordelijk voor je bijdrage. Die toon je aan in je persoonlijke ontwikkelportfolio, waarin je met bewijsmateriaal laat zien welke rol jij hebt gespeeld in het proces en het eindproduct.

Binnen het werkproces ligt sterke nadruk op het begrijpen van de doelgroep. Iedere groep werkt minimaal één participatieve onderzoeksmethode uit met de (proxy-)doelgroep. Daarnaast worden er colleges en werksessies aangeboden over onder meer toegepaste psychologie, heuristiek en de manier waarop je deze kunt inzetten in je ontwerpkeuzes te onderbouwen.

Tijdens het project zijn er drie vaste presentatiemomenten waarin je de voortgang toont. Deze momenten zijn bedoeld om feedback te verzamelen van medestudenten en docenten, zodat je gericht kunt bijsturen. Bij de laatste demo presenteer je je gehele project: concept, prototypen en de klantreis.

Opgenomen in opleiding(en)

Communication & Multimedia Design

School(s)

Kunst, Ontwerp & Ruimte