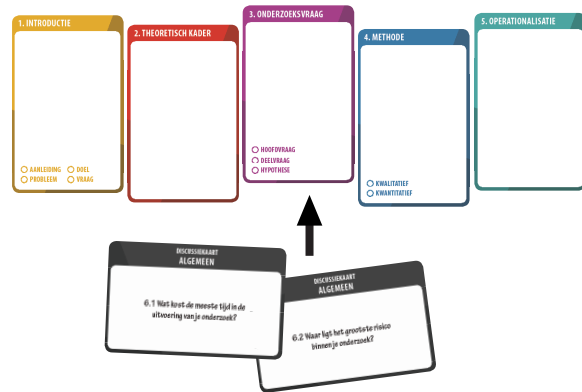


Binnen je onderzoeksgroep kan je de algemene discussiekaarten opwerpen om de laatste factoren zoals een belangrijke deadline of afhankelijkheid aan de kaak te stellen.



Indien je maar een gedeelte van de kaartenset nodig hebt, omdat je bijvoorbeeld enkel vooronderzoek doet of binnen een vak alleen een onderzoeksvraag hoeft op te stellen, kan je de kaartenset ook raadplegen. Elke fase is op zichzelf staand en kan eenvoudig worden herkend aan de gekleurde rand.

DOCENTEN

Research Mapping kan eenvoudig binnen bestaande vakken worden geïmplementeerd. Binnen veel vakken wordt een klein onderzoek of gedeelte ervan uitgevoerd. Het opstellen van een aanleiding, zoeken naar literatuur of het bedenken van een geschikte hoofdvraag zijn allemaal mogelijkheden waarvoor de student de kaartenset kan gebruiken.

Aangezien elke fase in de set los gebruikt kan worden, kan ook per opdracht of per week een fase ten grondslag liggen.

De studenten kunnen één of meerdere fases uitwerken in hun eigen tijd en daarmee op een overzichtelijke manier in een gesprek met de docent hun voortgang bespreken.

De discussiekaarten kan je erbij pakken om per fase de grootste valkuilen te vermijden en de onderzoeksopzet op verschillende vlakken aan te scherpen. Daarnaast kan je algemene discussiekaarten opleggen in gesprek met de student, om samen kritisch naar de gehele opzet te kijken. Waar is een specifieke deadline en zijn er nog afhankelijkheden waar rekening mee moet worden gehouden?

CASUSSEN

Hieronder vind je een introductie van vijf Kunst & Techniek gerelateerde casussen. Op de achterzijde van de bouwkaarten staat voor elke casus per fase beschreven hoe het onderzoek wordt uitgevoerd.

CASUS INTERACTIEVE SCHERMEN

Er verschijnen steeds meer publieke en interactieve schermen in de openbare ruimte. Deze schermen worden gebruikt om reclame te maken, maar ook om een plein in een stad aantrekkelijker te maken voor bezoekers. In de casus over interactieve schermen in de publieke ruimte wordt onderzocht of er langer en meer wordt gekeken naar een publiek interactief scherm, dan naar een niet-interactief publiek scherm.

CASUS KLEUR IN MARKETING

Het gebruiken van de juiste kleuren om een bedrijf te promoten tijdens een marketingcampagne kan van grote invloed zijn op het succes ervan. Kleuren wekken verschillende emoties, gevoelens en verlangens op, welke je kan koppelen aan een merk of product. Het kan zodoende in het onderbewustzijn van de consument een positieve of negatieve invloed hebben op de verwachting van je merk of product. Er wordt in dit onderzoek uitgezocht welke emoties verschillende kleuren opwekken en hoe dit verschilt ten opzichte van tekst en afbeeldingen.

CASUS TUTORIALS IN GAMES

Moderne games leggen steeds vaker de nadruk op verhaal, sfeer en ervaring. Binnen deze games wordt vaak gebruik gemaakt van instructies. In deze casus wordt onderzocht op welke manier instructies het beste gegeven kunnen worden en op welke elementen gelet moet worden bij het ontwikkelen van een game.

CASUS GOOGLE GLASS

Een van de huidige technologische trends is de Google Glass. Maar hoe zal deze zich komende jaren gaan ontwikkelen op de Nederlandse markt? Zal het de meest gebruikte device gaan worden? Dit onderzoek tracht een antwoord te krijgen dat bruikbaar is voor de technologische creatieve sector en toekomstige toepassingen van techniek en media.

CASUS SOCIAL MEDIA MARKETING

Social media is in toenemende mate van belang voor organisaties. Er is een verschuiving zichtbaar van traditionele reclamestrategieën naar social media marketingstrategie-ontwikkeling. Dit zorgt tevens voor een verschuiving in de manier waarop reclamebureaus hun campagnes

ontwikkelen. Er wordt in deze casus onderzocht wat de behoeften en verwachtingen zijn van klanten van een groot reclamebureau.

CONTACTGEGEVENS

Research Mapping is een product van het lectoraat Media Technology Design en de Academie Creatieve Technologie van de Saxion Hogeschool Enschede.

De set is in continue ontwikkeling. Indien je vragen hebt of tips over het gebruik dan horen we het graag.

Guusje Hallema
g.hallema@saxion.nl

Stephan Brandenburg
s.c.a.brandenburg@saxion.nl

