

Zielgruppenanalyse BA - Stuttgart – Homepage

Ergebnisse Gruppe 9

I. Relevante Zielgruppen und ihre Anforderungen

Priorisierung der Zielgruppen für BA – Homepage

1. Studenten

- Vorlesungspläne
- Noten
- Bibliothek
- Blockpläne
- BA – Party
- Richtlinien

2. Schüler/Abiturienten

- Mögliche Studiengänge & Inhalte
- Firmenliste
- Infoveranstaltung
- BA-Partys

3. Betriebe

- Ansprechpartner
- Studienprofile,- inhalte
- Verträge, Richtlinien

4. Professoren

- Informationen für angehende Dozenten

5. Presse/Öffentlichkeit

- Pressemitteilungen, Events

6. Absolventen

- Events, BA - Alumni

Zielkonflikte:

Struktur der Zielgruppe (homogen/heterogen bzgl. Alter, Geschlecht, Nationalität etc.)

→ Layout für Studenten/angehende Studenten ansprechend aber trotzdem kühl und informativ für Firmen etc..

→ sensible Daten schützen für Benutzerkreis (Noten, eMail, Bibliothekausleihe)

Medienkompetenz

→ einfach Navigation, Suchfunktion

Definition Zielgruppenanalyse:

Zur Analyse von Kundenbedürfnissen und Produktnutzen braucht man in vielen Fällen eine Zielgruppen-Segmentierung und eine Zielgruppenanalyse. Jeder Kunde versucht, dasjenige Produkt zu finden, das seine individuellen Bedürfnisse in seiner momentanen Situation am besten befriedigt oder zu befriedigen scheint. Eine Zielgruppenanalyse dient der klaren Definition und Abgrenzung einzelner Zielgruppen um somit eine hohe Akzeptanz bei allen Endanwendern zu gewährleisten.

Zielgruppenanalysen sind sinnvoll weil:

Für den Anbieter erleichtert es die Vermarktung, wenn Kunden zu Zielgruppen zusammen gefasst betrachtet werden können. Um das richtige Produkt der richtigen Zielgruppe zuzuteilen und nicht mit dem Produkt am Enduser „vorbeizuschiessen“.

Anforderungen an Nutzer:

- Eigeninitiative
- Selbstdisziplin
- PC-Kenntnisse
- Im Besitz eines multimedialfähigen PCs

Vorteile von e-Learning:

- Kurse im Gegensatz zu traditionellen Lehrmitteln interaktiv
- abstrakte Inhalte werden mit Hilfe von Simulationen anschaulich gemacht
- die traditionellen linearen Denk- und Lernkonzepte werden aufgebrochen und flexiblere, netzwerkartige Konzepte verwirklicht
- Lernkontrollen können individualisiert und Repetitionsaufgaben variiert werden
- Kurse können an bestimmte Bedürfnisse adaptiert werden
- Lernen kann mit betrieblichem Knowledge Management (Wissensmanagement) verbunden werden
- Es kann asynchron zusammen gearbeitet werden
- zeit- und ortsunabhängiges Lernen
- „just in time“ -Lernen
- arbeitsprozessintegriertes Lernen
- einfache Dokumentation und Wiederholungen
- Lernobjekte wieder sind verwendbar
- Audio und Videodokumente sind leicht einzubinden

Unterschied Einzellernen – E-Learning-Gruppe:

Mit dieser Methode kann im E-Learning teilweise die für das Lernen wichtige Lerngruppe gebildet werden und sich Selbstlernphasen mit Gruppenarbeiten in einer Klasse abwechseln.

Beispiel:

Sprache, kranke Schüler und Behinderte

Vor- und Nachteile von CBT bzw. WBT

| | Vorteile | Nachteile |
|-----|--|--|
| CBT | <p>Trägermedium erlaubt umfassende Verwendung von multimedialen Elementen.</p> <p>Leichte Speicherung und Übertragung hochwertigen multimedialer Inhalte.</p> <p>Kann überall verwendet werden, da keine Netzwerkverbindung und zeitbegrenzt auch keine Stromleitung erforderlich ist.</p> | <p>Aktualisierung von Lerninhalten nur durch Neuproduktion</p> <p>Aufwendig Distribution</p> <p>Verpackungs- und Lagerkosten</p> |
| WBT | <p>Leichte und schnelle Aktualisierung</p> <p>Leichte Verteilung über das Netzwerk</p> <p>Höher Interaktivität durch Einbindung von virtuellen Kommunikationsmöglichkeiten</p> <p>Direkte Interaktion mit Lernplattformen</p> | <p>Einschränkungen durch Übertragungsraten im Netz</p> <p>Daher nicht gut geeignet für hochwertigen multimedialen Inhalt</p> <p>Benötigt immer einen Internetzugang</p> <p>Anfallende Verbindungsgebühren beim Lernen im privaten Umfeld</p> |