User Experience Management Masterclass

Digitale Geschäftsmodelle · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	8 Monate in Vollzeit oder 16 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule

Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt

Telefon: 030 22027283

E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de

Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Du beobachtest gerne Trends und liebst das Spiel mit Zahlen, Daten, Fakten? Dann bist du hier genau richtig. Denn um die User Experience (kurz: UX) zu steigern, braucht es vor allem eines: viel Markt- und Zielgruppenforschung. Aufgrund Deiner Erkenntnis entstehen neue, digitale Businessmodelle, die das positive Nutzererlebnis steigern. Deine Online-Weiterbildung zum:zur User Experience Management Expert:in fördert somit die Kundenbindung und den Erfolg. Auch Deinen.

Während Deiner Weiterbildung verlässt Du alte Denkmuster und rückst die Nutzer:innen in den Mittelpunkt von Entwicklungsprozessen. Dazu lernst Du ganz spezielle User Research Methoden und User Requirements kennen, um das Nutzerbedürfnis zu identifizieren und daraus erfolgreich digitale Businessmodelle abzuleiten. Gleichzeitig steigerst Du Dein UX-Bewusstsein, erfährst alles über das Prototyping von Serviceprozessen und User Experiences. Damit Du all das Gelernte später erfolgreich in Prozesse implementieren kannst, geben wir Dir viel Wissen über IT-Projektmanagement und Digitale Business Modelle an die Hand. Und weil in der Branche nichts ohne kollaboratives und agiles Arbeiten geht, beschäftigst Du Dich intensiv mit Scrum, Kanban, Design Thinking und Teambuilding.

02 Lehrplan & Module

1. Einführung in User Research

Ziel ist es, Techniken der User Research zur Ableitung von User Requirements zu vermitteln. Hierzu wird die Herangehensweise des User Centered Design vorgestellt. Ein Augenmerk wird auf die Planung der Nutzungskontextanalyse gelegt.
Der inhaltliche Schwerpunkt liegt in der Vermittlung von User Research Methoden, welche die Studierenden nach Abschluss des Kurses projektspezifisch auswählen und anwenden können. Neben Interviewmethoden werden Beobachtungstechniken vermittelt. Ebenso wird auf die Gestaltung von Fragebögen, Beobachtungsprotokollen sowie auf die Entwicklung von Moderationsleitfaden für Fokusgruppen eingegangen. Den Abschluss bildet die Ableitung und Konsolidierung von qualitativen und quantitativen Nutzungsanforderungen.
Zudem wird die Herangehensweise im Service Design diskutiert und spezifische Service Design Methoden und Tools vorgestellt.
Kursinhalte
Grundlagen und Begriffserklärungen Begriffsklärungen User Research und User Requirements
Ziele und Herausforderungen der User Research
Grundidee des User Centered Design Verstehen
Designen
Vergegenwärtigen
Evaluieren
Iteratives Design
Implementierung
Nutzungskontextanalyse planen Anlass, Ziele und Vorgehen der Nutzungskontextanalyse
Benutzer für die Datenerhebung auswählen und rekrutieren
Vorbereitende Desk Research
Arbeitsprodukte und Rollen im User Requirements Engineering
User Research Methoden zur Bestimmung von User Requirements Beobachtungsmethoden
Interviewmethoden
Fragebogen
Fokusgruppen
Cultural Probes
Von Nutzenkontextinformationen zu Nutzungsanforderungen Erfordernisse identifizieren
Qualitative und quantitative Nutzungsanforderungen
Nutzungsanforderungen ableiten und strukturieren
Nutzungsanforderungen konsolidieren
Service Design Methoden Zielsetzung und Herangehensweisen
User Journeys und Service Blueprints
System Maps
User Stories schreiben
Research Reports schreiben
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

2. Einführung in die Usability Evaluation

Ziel ist es, den Studierenden eine Einführung in die unterschiedlichen Arten und Zielsetzungen von Evaluationen im User Centered Design Prozess zu vermitteln. Zunächst werden verschiedene qualitative Methoden des User Testings diskutiert. Hierfür werden Studienabläufe sowie Möglichkeiten zur Darstellung der Ergebnisse aufgezeigt.
Einen Schwerpunkt bilden empirische Evaluationsmethoden mit Nutzern. Neben dem Studiendesign und der Hypothesenformulierung wird die Auswahl der zu erhebenden Daten diskutiert. Neben der Theorie zum User Testing bietet der Kurs eine praktische Einführung in das Statistical Computing. Hierbei wird den Studierenden vermittelt, wie sie mit Hilfe des Tools R einfache statistische Auswertungen durchführen können. Neben der deskriptiven Statistik wird in die Inferenzstatistik eingeführt.
Kursinhalte
Grundlagen der Usability Evaluation Ziele und Herausforderungen
Arten von Evaluationen
Analytische Methoden Cognitive Walkthrough
Heuristische Evaluation
GOMS
Empirische Methoden Studiendesign
Etablierte Methoden
Hypothesen, Variablen und Skalen
Statistische Auswertung
Probanden
Einsatz von Fragebögen
Einstieg in das Statistical Computing Definition und Abgrenzung
Beispiele für Statistik-Software
Einrichtung der Arbeitsumgebung
Grundlagen der Programmierung mit R R als Taschenrechner
Zuweisungen und Variablen
Vektoren und Matrizen
Logik
Funktionen
Datentypen und Datenstrukturen
Auf Daten zugreifen Daten eingeben
Import und Export von externen Dateien
Datenmanagement in R
Deskriptive Statistik Univariate deskriptive Statistik
Bivariate deskriptive Statistik
Inferenzstatistik Verteilungen
Stichproben
T-Test
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

3. UX-Prototyping

Ziel ist es, einen Überblick über die Möglichkeiten und Einsatzziele des UX-Prototypings zu geben. Zunächst werden unterschiedliche Arten von Prototypen, in Abhängigkeit der Fidelity, differenziert. Die verschiedenen Arten werden in Abhängigkeit ihrer jeweiligen Zielsetzung und ihres Einsatzzweckes diskutiert. Ebenso wird auf das Vorgehen und die Herausforderungen im Prototyping Prozess eingegangen.
Der inhaltliche Schwerpunkt liegt in der Vermittlung von verschiedenen Prototyping Methoden. Hierzu werden unterschiedliche Techniken vorgestellt und ein Überblick über verbreitete Tools gegeben. Zudem werden die Besonderheiten im Prototyping von Service Design Prozessen diskutiert.
Kursinhalte
Grundlagen und Begriffserklärungen Begriffsdefinition: Was ist ein Prototyp?
Ziele und Herangehensweisen im Prototyping
Arten von Prototypen Low Fidelity
Mid Fidelity
High Fidelity
Dimensionen der Fidelity
Der Prototyping Prozess Einsatzzwecke von Prototypen
Zielsetzung der Prototypen definieren
Fidelity festlegen
Prototyping Technik wählen
Prototyping Techniken Scribbles
Wireframes
Storyboards
Videoprototypen
Wizard of Oz
Prototyping Tools
Prototyping von digitalen und physischen Produkten Herausforderungen im Prototyping von digitalen Produkten
Herausforderungen im Prototyping von physischen Produkten
Prototyping im Service Design Vorgehen zur Ideenfindung
Ideation Methoden
Prototyping von Service Prozessen und Experiences
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Hausarbeit

4. Projekt: Usability Evaluation

Die Studierenden üben sich in diesem Kurs an einem Praxisprojekt aus dem Bereich der Usability Evaluation. Für eine gegebene Fragestellung wird ein Evaluationskonzept erarbeitet. Das Vorgehen sowie die Evaluationsergebnisse werden in einem Projektbericht dokumentiert.
Kursinhalte
In diesem Kurs erlangen die Studierenden praktische Kompetenzen in der Anwendung von Evaluationsmethoden zur Bewertung der Usability. Hierzu erarbeiten sie in einer selbstständigen Projektarbeit zu einer gegebenen Fragestellung ein passendes Evaluationskonzept zur Bewertung der Usability eines User Interfaces. In einem Projektbericht werden das Vorgehen, die Durchführung sowie die Ergebnisse der Usability Evaluation dokumentiert.
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Hausarbeit

5. Kollaboratives Arbeiten

Der Kurs unterstützt die Studierenden darin, für unsere vernetzte Welt wichtige überfachliche Kompetenzen auf- und auszubauen – und dabei die Chancen einer konstruktiven Zusammenarbeit mit anderen zu nutzen. Er stellt wesentliche Formen und Gestaltungsmöglichkeiten von kollaborativem Lernen und Arbeiten vor, vermittelt grundlegende Kenntnisse und Werkzeuge für ein selbstgeführtes, flexibles und kreatives Denken, Lernen und Handeln und macht die Studierenden mit den Themen Empathiefähigkeit und emotionale Intelligenz vertraut. Zudem werden die Studierenden angeregt, die Kursinhalte anzuwenden. Damit fördern sie ihre autonome Handlungskompetenz sowie ihre Kompetenz in der interaktiven Anwendung von Tools und im Interagieren in heterogenen Gruppen.
Kursinhalte
Lernen für eine vernetzte Welt – in einer vernetzten Welt Anforderungen und Chancen der VUCA-Welt
Lernen, Informationen und der Umgang mit Wissen und Nichtwissen
4C-Modell: Collective – Collaborative – Continuous – Connected
Eigenes Lernverhalten überprüfen
Networking & Kooperation Die passenden Kooperationspartner finden und gewinnen
Tragfähige Beziehungen: Digital Interaction und Vertrauensaufbau
Zusammenarbeit – lokal und virtuell organisieren & Medien einsetzen
Social Learning: Lernprozesse agil, kollaborativ und mobil planen
Performance in (virtuellen) Teams Ziele, Rollen, Organisation und Performance Measurement
Team Building und Team Flow
Scrum als Rahmen für agiles Projektmanagement
Design Thinking, Kanban, Planning Poker, Working-in-Progress-Limits & Co
Kommunizieren und überzeugen Kommunikation als soziale Interaktion
Sprache, Bilder, Metaphern und Geschichten
Die Haltung macht’s: offen, empathisch und wertschätzend kommunizieren
Aktiv zuhören – argumentieren – überzeugen – motivieren
Die eigene Gesprächs- und Argumentationsführung analysieren
Konfliktpotenziale erkennen –Konflikte handhaben –wirksam verhandeln Vielfalt respektieren – Chancen nutzen
Empathie für sich und andere entwickeln
Systemische Lösungsarbeit und Reframing
Konstruktiv verhandeln: klare Worte finden – Interessen statt Positionen
Eigene Projekte realisieren Wirksam Ziele setzen – fokussieren – reflektieren
Vom agilen Umgang mit der eigenen Zeit
(Selbst-)Coaching und Inneres Team
Strategien und Methoden der Selbstführung und -motivation
Eigene Ressourcen mobilisieren Ressourcen erkennen – Emotionen regulieren
Reflexion und Innovation – laterales Denken und Kreativität
Transferstärke und Willenskraft: Bedingungsfaktoren analysieren und steuern
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fachpräsentation

6. Digitale Business-Modelle

Die digitale Wirtschaft zeichnet sich durch eine enorme Dynamik und Geschwindigkeit aus. Die rasante Digitalisierung vieler Lebensbereiche hat zur Entstehung einer Informationsgesellschaft geführt, in der Online-Geschäfte seit Beginn des 21. Jahrhunderts immer mehr an Bedeutung gewonnen haben. Dies hat dazu geführt, dass das Management digitaler Geschäftsmodelle durch den zunehmenden Wettbewerb und die Verkürzung der Innovationszyklen immer komplexer und schwieriger geworden ist. Das Geschäftsmodellkonzept hat sich dabei in den letzten Jahren in der Unternehmenspraxis als ein beliebtes Werkzeug etabliert, um diese Komplexitäten erfolgreich zu analysieren und zu managen. Trotz der hohen praktischen Relevanz des Geschäftsmodellmanagements im digitalen Bereich beziehen sich die konzeptionellen Grundlagen in der Literatur überwiegend auf ein traditionelles Geschäftsmodellverständnis. Der Kurs bietet den Studierenden einen detaillierten Überblick über das Geschäftsmodellkonzept in der digitalen Welt und stellt moderne, digitale Geschäftsmodellansätze und -werkzeuge in den Mittelpunkt. Er vermittelt die notwendigen Fähigkeiten, um erfolgreiche digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln und umzusetzen. Im Rahmen des Kurses werden die Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle sowie die damit verbundenen Erfolgsfaktoren behandelt. Darüber hinaus werden Trends und Technologien erläutert, die die Entstehung digitaler Geschäftsmodelle ermöglichen. Außerdem erhalten die Studierenden einen Einblick in verschiedene Tools und Frameworks, die eine hilfreiche Unterstützung bei der Gestaltung digitaler Geschäftsmodelle darstellen. In diesem Zusammenhang werden auch digitale Geschäftsmodellmuster und Plattformgeschäftsmodelle näher betrachtet. Schließlich behandelt der Kurs auch Aspekte des Designs und Managements digitaler Geschäftsmodelle. Es wird gezeigt, wie innovative Geschäftsmodelle für das digitale Zeitalter entwickelt und umgesetzt werden. Die Kursteilnehmer:innen erhalten die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten, um in einer sich schnell verändernden digitalen Welt erfolgreich zu agieren.
Kursinhalte
Digitale Geschäftsmodelle: Grundlagen und Begriffswelt Herkunft und Evolution des Geschäftsmodellbegriffs
Strömungen und Trends in der Geschäftsmodellforschung
Arten und Definitionen digitaler Geschäftsmodelle
Erfolgsfaktoren für digitale Geschäftsmodelle
Ebenen und Ziele digitaler Geschäftsmodelle
Trends und Technologien als Enabler für digitale Geschäftsmodelle Plattformökonomie
Internet of Things (IoT)
Cloud Computing
Big Data und Data Science
Künstliche Intelligenz (KI)
Tools und Frameworks für digitale Geschäftsmodelle Business Model Canvas nach Osterwalder und Pigneur
St. Galler Business Model Navigator von Gassmann et al.
Geschäftsmodellraster nach Schallmo
Digital Value Creation Framework nach Hoffmeister
4C-Net Business Model und 4S-Net Business Model nach Wirtz
Digitale Geschäftsmodellmuster Warum digitale Geschäftsmodellmuster wichtig sind
Long Tail
Freemium
Zwei- und mehrseitige Märkte
Subscription und Flatrate
Digitale Plattform-Geschäftsmodelle Von der Pipeline zur digitalen Plattform
Grundlegende Plattformfunktionalitäten und Systematisierungsansätze
Direkte und indirekte Netzwerkeffekte
Frameworks zur Modellierung
Herausforderungen und Erfolgsfaktoren bei Entwicklung und Implementierung
Design und Management digitaler Geschäftsmodelle Digitale Geschäftsmodelle als Innovationstreiber
Bedeutung des Business Plans im Kontext digitaler Geschäftsmodelle
Firmenpositionierung von digitalen Geschäftsmodellen
Management digitaler Geschäftsmodelle
Fallbeispiele im Business-to-Consumer- und Business-to-Business-Markt
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 90 Minuten

7. IT-Projektmanagement

In diesem Kurs werden typische Probleme beim Management von SW-Projekten diskutiert und dabei Methoden und Techniken vermittelt, mit denen die Herausforderungen gezielt adressiert werden können. Darüber hinaus werden Standard-Vorgehensmodelle für das IT-Projektmanagement erläutert und gezielt deren Stärken und Schwächen herausgearbeitet.
Kursinhalte
Begriffe und Grundlagen im IT-Projektmanagement Projektbegriff und Arten von IT-Projekten
IT-Projektlebenszyklus
Multiprojektmanagement – Das Projekt im Kontext der Organisation
Planungstechniken Planung im Großen: Meilensteine, Teilaufgaben, Arbeitspakete
Planung im Großen: Gantt-Diagramme
Operative Planung und Organisation: Kanban Boards, Backlog
Priorisierung, Aufwandschätzung, Projektcontrolling Priorisierung
Aufwandsschätzung
Projektcontrolling
Stakeholder-, Kommunikations- und Risikomanagement Stakeholder Management
Kommunikationsmanagement
Risikomanagement
Organisation und Struktur von IT-Projekten Ausgewählte Managementmodelle: Scrum, PITPM, PRINCE2
PRINCE2 - Überblick und ausgewählte Prozesse
SCRUM – Überblick, Rollen, Artefakte
PITPM - Pragmatisches IT-Projektmanagement Struktur und Phasen in PITPM
IT-Projekt konfigurieren
IT-Projekt steuern
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

8. Projekt: Agiles Projektmanagement

Unter Anwendung bekannter Methoden und Techniken aus dem Themengebiet des agilen Projektmanagements bearbeiten die Studierenden in diesem Kurs selbstständig eine praktische Fragestellung und erhalten so eine praktische Einführung in das agile Projektmanagement. Dabei erfolgt die Anwendung der einzelnen Grundprinzipien auch in Gegenüberstellung zu plangetriebenem Projektmanagement. Um agiles Projektmanagement nicht nur zu verstehen, sondern auch zu erfahren, werden Werte, Aktivitäten, Rollen und Artefakte typischer agiler Vorgehensweisen am Beispiel Scrum vertieft und an einem Beispielprojekt umgesetzt.
Speziell im dualen Fernstudium:
Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt werden soll, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden. Eine Betreuung seitens Praxispartner kann auf Wunsch erfolgen.
Kursinhalte
In diesem Kurs werden den Studierenden verschiedene Kompetenzen im Bereich des agilen Projektmanagements durch die praktische Anwendung im Rahmen eines Projektberichts vermittelt. Im Gegensatz zu plangetriebenem Projektmanagement werden dabei vor allem die aus der modernen Softwareentwicklung bekannten Prinzipien der Agilität genutzt. Am Beispiel von SCRUM sollen sich die Studierenden eine agile Vorgehensweise selbst aneignen. Das Wissen um die jeweiligen Rollen und Aktivtäten werden die Studierenden dann in einem einfachen Projekt einsetzen und auf diese Weise erste praktische Erfahrungen sammeln und im Projektbericht dokumentieren. Die Inhalte der Projekte ergeben sich aus den individuellen Fähigkeiten und Voraussetzungen der Studierenden.
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Projektbericht

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: UX Lead, UX/UI Lead, UX Designer

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen