



## Semesterbeskrivelse 8. semester Oplevelsesdesign

### Semesterbeskrivelse

#### Oplysninger om semesteret

Skole: Communication ArT and Technology

Studienævn: Kommunikation og Digitale Medier

Studieordning:

[http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/107/107908\\_ka\\_oplevelsesdesign\\_2015\\_hum\\_aau.dk.pdf](http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/107/107908_ka_oplevelsesdesign_2015_hum_aau.dk.pdf)

#### Semesterets temaramme

Under temarammen "Fra koncept til produkt" arbejder Oplevelsesdesign på 8. semester med metoder til udvikling og evaluering af konkrete produkter inden for oplevelsesdesign. Det kan være skærme, sensorer eller andre former for digital formidling som en del af et oplevelsesdesign. Oplevelsesdesignet skal besidde et digitalt element, men ellers kan det dække alt fra oplevelsesdesign i fysiske rum til digitale systemer, services mm. Ud over et digitalt baseret oplevelsesdesign indgår også projektledelse, designteknologier og forretningsmodeller i det integrerede vidensgrundlag for de studerendes projekter.

Semesteret temaramme ligger i forlængelse af 7. sem., hvor temarammen var "Fra idé til koncept". Det er således muligt at tage det koncept, man udviklede i projektet på 7. sem. og videreudvikle det til en prototype eller et produkt i 8. sem. projektmodul. Men det er også muligt at tage udgangspunkt i et andet og nyt koncept på 8. sem.

Ud over projektmodulet på 20 ECTS indgår der på semesteret et studiefag på 5 ECTS med overskriften "Digitale Oplevelsesteknologier", et valgfag på 5 ECTS samt 'frie studieaktiviteter'.

#### Semesterets organisering og forløb

8. sem. Oplevelsesdesign er forankret i et 20 ECTS-point projektmodul med temaet "Oplevelsesdesign: fra koncept til projekt", et 5 ECTS-point studiefagsmodul "Digitale oplevelsesteknologier" og et valgfagsmodul på 5 ECTS-point.

Der skrives projekt inden for temaet "Fra koncept til produkt". Under projektmodulets temaramme arbejdes der med oplevelsesdesignets senere udviklingsfaser, hvor viden om forretningsmodeller, organisationsformer, æstetiske redskaber og test af prototyper er grundlaget for produktudvikling.

Modulet skal sætte den studerende i stand til at indgå konstruktivt, kreativt og kritisk i designprocessens senere faser med fokus på at skabe et it-baseret oplevelsesprodukt gennem iterative udviklingsprocesser. Herunder hører også test- og evalueringmetoder af koncepter og prototyper.

Kombinationen og tilrettelæggelsen af ovenstående aktiviteter forudsætter en forståelse af projektledelse, og evnen til at kunne styre og facilitere designprocesser. Samtidig skal den studerende opnå en forståelse af forretningspotentialer gennem oplevelsesøkonomisk teori og forretningsmodelteori.

Desuden skal den studerende sættes i stand til at reflektere over modulets indhold i forhold til fagets videnskabsteori.

I tilknytning til det problemorienterede projektarbejde tilbydes faglig vejledning. Derudover bliver der i forbindelse med projektmodulet udbudt delkurser til understøttelse af projektarbejde. Delkurserne ligger inden for følgende områder:

- æstetiske dimensioner af oplevelsesdesign
- udviklingsmetoder og digitale redskaber til koncept- og prototypeudvikling
- test og evaluering af oplevelsesdesign
- oplevelsesøkonomi, organisationsformer og forretningsmodeller
- ledelse, styring og procesfacilitering af designprocesser
- fagets videnskabsteori.

Kursusmodulerne omfatter både forelæsninger, workshops med laboratoriearbejde og studietur/studieture.

Vedr. studiefagsmodulet se nærmere beskrivelse nedenfor.

Hvad angår valgfag kan den studerende vælge fag udbudt af Studienævnet for Humanistisk Informatik (se bilag til studieordningen "Valgfagsmoduler for kandidatuddannelserne under studienævnet for Humanistisk Informatik", bemærk dog, at de angivne valgfrie moduler oprettes efter studienævnets beslutning, hvilket betyder, at ikke alle valgfagsmoduler oprettes hvert år) eller søge studienævnet om tilladelse til at erstatte de af hum.inf. udbudte valgfag med valgfag udbudt af andre studienævn ved Aalborg Universitet eller andre universiteter. Valgfagsmodulet skal under alle omstændigheder udgøre 5 ECTS-point.

Udover projektmodul, studiefagsmodul og valgfag tilbydes på semesteret 'frie studieaktiviteter', bl.a. i form af en "Studietur"..

### **Semesterkoordinator og sekretariatsdækning**

Ankælærer: Jens F. Jensen og Rasmus Grøn  
Sekretær: Jette Due Nielsen

### **Modulbeskrivelse: Oplevelsesdesign: Fra koncept til produkt**

**Modulet "Digitale oplevelsesteknologier"**  
20 ECTS

#### **Placering**

8. Semester Oplevelsesdesign  
Studienævnet for kommunikation og digitale Medier

#### **Modulansvarlig**

Modulansvarlige: Jens F. Jensen og Rasmus Grøn

#### **Type og sprog**

Projektmodul  
Angivelse af sprog: Dansk

#### **Mål**

Modulet skal sætte den studerende i stand til at indgå konstruktivt, kreativt og kritisk i designprocessens senere faser med fokus på at skabe et it-baseret oplevelsesprodukt gennem iterative udviklingsprocesser. Herunder hører også test- og evalueringmetoder af koncepter og prototyper.

Kombinationen og tilrettelæggelsen af ovenstående aktiviteter forudsætter en forståelse af projektledelse, og evnen til at kunne styre og facilitere designprocesser. Samtidig skal den studerende opnå en forståelse af forretningspotentialer gennem oplevelsesøkonomisk teori og forretningsmodelteori.

Desuden skal den studerende sættes i stand til at reflektere over modulets indhold i forhold til fagets videnskabsteori.

I tilknytning til modulet udbydes undervisning inden for følgende områder:

- æstetiske dimensioner af oplevelsesdesign
- udviklingsmetoder og digitale redskaber til koncept- og prototypeudvikling
- test og evaluering af oplevelsesdesign
- oplevelsesøkonomi, organisationsformer og forretningsmodeller
- ledelse, styring og procesfacilitering af designprocesser
- fagets videnskabsteori.

*I tilknytning til det problemorienterede projektarbejde tilbydes faglig vejledning.*

Den studerende skal gennem modulet opnå:

#### **Viden om:**

- æstetiske virkemidler, user experience design og co-creation
- oplevelsesøkonomi, forretningsmodelteori, organisationsformer og økonomisk værdiskabelse
- metoder inden for it-baseret oplevelsesdesign med særligt fokus på designprocessens senere faser i forbindelse med overgangen fra koncept til produkt, samt test og evaluering af oplevelsesdesignet
- projektledelse og projektstyring inden for it-baserede oplevelsesdesignprocesser
- videnskabsteori på højeste internationale niveau i relation til oplevelsesdesign og modulets temaer.

**Færdigheder i:**

- at medtænke brugeren i oplevelsesdesignprodukter under inddragelse af æstetiske perspektiver
- at anvende it oplevelsesteknologier i prototypeudvikling
- at designe og gennemføre test og evaluering af it-baseret oplevelsesdesign
- at argumentere for oplevelsesdesignets økonomiske potentiale og organisatoriske indlejring, samt udvikle forretningsmodeller i indledende form
- at lede, styre og facilitere oplevelsesdesignprocesser.

**Kompetencer til:**

- at fremstille et it-baseret oplevelsesprodukt på baggrund af systematisk-analytiske og kreativt-syntetiserende processer
- at vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger i fremstillingsprocessen, samt at vælge og begrunde relevante design- og udviklingsmetoder
- at gennemføre test og evaluering af oplevelsesdesignet
- at relatere oplevelsesdesign, herunder det udarbejdede produkt, til oplevelsesøkonomi, forretningsmodeller og organisationsstrukturer
- at reflektere over modulets indhold i forhold til fagets videnskabsteori.

**Fagindhold og sammenhæng med øvrige moduler/semestre**

Modulet fortsætter 7. semesters projektmodul "Oplevelsesdesign: fra problem til koncept", hvor der er arbejdet med oplevelsesdesigns tidlige faser, og hvor især analyser, empiriske undersøgelser og idéudvikling fører til koncept og konceptfremstillinger. Det er således muligt på 8. semester at videreudvikle de konkrete koncepter, der står som resultatet af 7. semesters projektarbejde. Men det er også muligt at tage udgangspunkt i og gå videre med andre og helt nye koncepter. På 8. semester arbejdes med oplevelsesdesign senere udviklingsfaser, hvor viden om forretningsmodeller og organisationsformer, æstetiske redskaber og test af prototyper er grundlaget for produktudvikling.

8. semesters projektmodul "Oplevelsesdesign: fra problem til koncept" skal forberede den studerende til 9. semesters projektmodul, hvor der skrives projekt inden for temaet "Oplevelsesdesign i praksis", og 10. semesters projektmodul, hvor der udarbejdes et kandidatspeciale indenfor uddannelsens faglige område.

**Omfang og forventet arbejdsindsats**

20 ECTS svarende til 550 arbejdstimer

**Modulaktiviteter (kursusgange med videre)**

Kurset, der understøtter projektmodulet og projektarbejdet, består af følgende delkurser eller temaer (A-F)

**A) Æstetiske dimensioner af oplevelsesdesign**

Undervisere: Jens F. Jensen og Rasmus Grøn

Den studerende skal gennem delmodulet opnå:

- Viden om: æstetiske virkemidler, user experience design og co-creation
- Færdigheder i: at medtænke brugeren i oplevelsesdesignprodukter under inddragelse af æstetiske perspektiver

**Kursusgang A1: User Experience og User Experience Design, v/ Jens F. Jensen (3 timer)**

Kursusgangen vil introducere til begrebet, feltet og disciplinen user experience og user experience design. Forskellige definitioner af begreberne UX, XD og UXD vil blive præsenteret og diskuteret, modsætninger og paradokser inden for området vil blive blotlagt, og nye konsensusorienterede definitioner vil blive foreslået. Form: Foredrag og dialogundervisning

**Litteratur:**

Jensen, Jens F. (2013). IT and experiences: user experience, experience design og user-experience design. In Jon Sundbo & Flemming Sørensen (Eds.), *Handbook on the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar (30 sider)

**Kursusgang A2: Co-creation, v/ Jens F. Jensen (3 timer)**

Kursusgangen introducerer til co-creation i relation til oplevelsesdesign. Centrale definitioner og forståelser af, teorier bag samt modeller for co-creation bliver gennemgået og diskuteret. Herunder bliver også forholdet mellem co-creation, brugerdreven innovation og brugergenereret indhold berørt.

Form: Foredrag og dialogundervisning

#### Litteratur

Eide, Dorthe & Mossberg, Lena (2013). Towards more intertwined innovation types: innovation through experience design focusing on customer interactions. In Jon Sundbo & Flemming Sørensen (Eds.), *Handbook on the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar (20 sider)

#### Kursusgang A3: Oplevelsesrum v/ Rasmus Grøn (3 timer)

Emnet for kursusgangen vil være erfaringer og design af oplevelsesrum: fysiske rum, som gennem æstetiserende (re)design skal give brugerne nye, større og flere oplevelser. Vi vil ud fra teori og eksempler diskutere centrale tendenser i udviklingen af oplevelsesrum, og hvordan vi som mennesker erfarer, bevæger og interagerer vi med rum, hvori vi færdes. Derudover vil kursusgangen også involvere en praktisk opgave med aflæsning af et givent rums oplevelsespotentialer.

#### Primær Litteratur:

Tuan, Yi-Fu (1977). *Space and Place*, s. 3-19. Minneapolis: University of Minnesota Press. (16 sider)

Bisgaard, U. (2006). Æstetikens overflade og dybde - shoppingcentret i nyt lys. I: U. Bisgaard & C. Friberg (Eds.). *Det æstetiskes aktualitet*, s.100-113. København: Multivers. (13 sider)

Svabo, S. et. al. (2013). Experiencing Spatial Design. I J. Sundbo & F. Sørensen (Eds.) *Handbook of Experience Economy*, s. 310-25. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd. (15 sider)

Hird, J. & Kvistgaard, P. (2010). *Oplevelsesrum. Turisme, kulturarv og oplevelser – et krydsfelt*, s. 48-68. Århus: Academica (20 sider)

Marling, G, Kiib, H. O. & Jensen, O. (2013). *Excite City: Designing the Experience City*. Tilgængelig på: [http://vbn.aau.dk/files/73417238/paper\\_IFHP\\_august\\_1st\\_final.pdf](http://vbn.aau.dk/files/73417238/paper_IFHP_august_1st_final.pdf) (8 sider)

#### Anbefalet litteratur

Lonsway, B. (2009). *Making Leisure Work*. (Uddrag) London: Routledge

Klingmann, A. (2009). Heroes with Flaws: Creative Brandsapes in the Experience Economy. I: H. Kiib et. al. (eds.). *Architecture and Stages of the Experience City*, s, 27-39. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

#### Eventen som oplevelsesform v/ Rasmus Grøn (3 timer)

Denne kursusgang til bidrage til en teoretisk forståelse af eventen som fænomen og oplevelsesgenre. Hvad er en event, hvordan kan den forstås som en social og psykologisk begivenhed, og hvordan kan der sondres meningsfuldt mellem forskellige typer af events?

#### Litteratur:

Nielsen, J. (2008). *Events i den danske oplevelsesøkonomi*, s. 65-85. København: Imagine. (20 sider)

Schechner, R. (1988) *Performance Theory*, s. 1 - 19. New York: Routledge Classics (19 sider)

Grøn, R. (2013). Ud af skallen – events, oplevelser og lokalbranding i Løgstør [in press] (20 sider)

#### Anbefalet litteratur

Getz, D. (1989). *Special Events. Defining the product. Tourism Management*, 10/2, 125-37.

Zizek, S. (2014). *Event. Philosophy in Transit*. London: Penguin

Rojek, C. (2013). *Event power. How global events manage and manipulate*. London: Sage Publications

#### B. Udviklingsmetoder og digitale redskaber til koncept- og prototypeudvikling

Undervisere: Morten Lund og Mette Skov

Den studerende skal gennem delmodulet opnå:

- Viden om: metoder inden for it-baseret oplevelsesdesign med særligt fokus på designprocessens senere faser i forbindelse med overgangen fra koncept til produkt
- Færdigheder i: at anvende it-oplevelsesteknologier i prototypeudvikling
- Kompetencer til: at fremstille et it-baseret oplevelsesprodukt på baggrund af systematisk-analytiske og kreativt-syntetiserende processer
- Kompetencer til: at vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger i fremstillingsprocessen, samt at vælge og begrunde relevante design- og udviklingsmetoder

Beskrivelse:

Rammen for kurset er designproces og designmetoder, men med særligt fokus på brugen af prototyper.

Kurset præsenterer teoretiske motivationer for og praktiske tilgange til inklusionen af prototyper i designarbejde. Igennem hele designprocessen vil designeren indgå i dialog med sin forståelse af genstandsfeltet og det produkt, der udvikles til genstandsfeltet. Denne dialog føres (bl.a.) gennem modeller, som i løbet af designprocessen skifter formål og detaljeringsgrad. Forsimplet kan bevægelsen fra starten af designprocessen og frem til overgangen til decideret udviklingsproces beskrives som Skitse à Mock-up à Prototype à Koncept.

Arbejdet med modeller er derfor en essentiel del af alt designarbejde og forståelse og kompetencer hertil en fundamental færdighed for alle designere.

Kurset vil søge at sætte denne forståelse i relation til de særlige forhold, der gælder for Oplevelsesdesign.

### **Kursusgang B1, Prototyping i designprocessen I**

Type: forelæsning + øvelse

Kursusbeskrivelse:

- Prototyping og model-arbejde i designprocessen.
- Prototyping i relation til formål og interessenter.
- Introduktion af værktøjer (primært digitale)
- Opstart af praktisk øvelse

### **Kursusgang B2 / Prototyping i designprocessen II**

Type: Forelæsning + øvelse

Kursusbeskrivelse:

- Prototyping som kommunikation
- Prototyping som dokumentation
- Videre arbejde med øvelse

### **Kursusgang B3 / Prototyping i designprocessen III**

Type: Workshop

Kurstitel: Kursusbeskrivelse:

- Præsentation og fremlæggelse af øvelse

Litteratur:

- Caddick, Richard and Cable, Steve. *Communicating the User Experience – a Practical Guide for Creating Usefull UX Documentation*.
- *DSKD Method Cards*, Design Skolen Kolding 2011
- Rogers, Yvonne; Sharp, Helen; Preece, Jenny. *Interaction Design – Beyond Human-Computer Interaction*. Wiley, 3rd ed., 2011.
- Martin, Bella and Hanington, Bruce. *Universal Methods of Design*. Rockport Publishers 2012.

Anbefalet litteratur:

- UXPIN - Guide to Wireframing. **Free on [uxpin.com/knowledge.html](http://uxpin.com/knowledge.html)**
- UXPIN - Guide to Mockups. **Free on [uxpin.com/knowledge.html](http://uxpin.com/knowledge.html)**
- UXPIN - Guide to Prototyping. **Free on [uxpin.com/knowledge.html](http://uxpin.com/knowledge.html)**

## **C. Test og evaluering af oplevelsesdesign**

Undervisere: Jens F. Jensen og Mette Skov

Den studerende skal gennem delmodulet opnå:

- Viden om: metoder til test og evaluering af oplevelsesdesignet
- Færdigheder i: at gennemføre test og evaluering af it-baseret oplevelsesdesign
- Kompetencer til: at gennemføre test og evaluering af oplevelsesdesignet

### **Kursusgang C1: Præsentation af metoder til test af I , v/ Jens F. Jensen**

Kursusgangen vil introducere til, praktisk afprøve og diskutere en række metoder til test og evaluering af oplevelser og oplevelsesdesign.

Form: Foredrag og øvelser

Litteratur:

Pine, J., & Gilmore, J. (2005). *Field Guide for the Experience Economy*. Strategic Horizon. (10 sider)

Jordan, Patrick (2000). *Designing Pleasurable Products*. Taylor and Francis (pp. 121-181) (60 sider)

Have, Christian (2012). *Synlighed er eksistens 3.0*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag. (20 sider)

Hird, J. & Kvistgaard, P. (2010). *Oplevelsesrum. Turisme, kulturarv og oplevelser*. Århus: Academica. s. 73-130. (57 sider)

Anbefalet litteratur:

(Uddrag fra) Pine, J., & Gilmore, J. (2011): *The Experience Economy*. Boston, Mass.: Harvard Business Review Press.

### **Kursusgang C2: Tilgange til evaluering af oplevelsesdesign, v/ Mette Skov**

Denne lektion gennemgår forskellige evalueringstilgange og diskuterer, hvordan vi kan undersøge noget så komplekst og subjektivt som brugeres oplevelse med interaktive produkter. Lektionen afsluttes med en præsentation af to konkrete oplevelsesorienterede evalueringsmetoder, som de studerende skal afprøve til næste lektion:

- User experience reports
- Walk-along

Litteratur:

Bargas-Avila, J. & Hornbæk, K. (2011). Old wine in new bottles or novel challenges? A critical analysis of empirical studies of user experiences. *ACM Conference on Human Factors in Computing System (CHI 2011)*, pp. 2689-2698. (10 sider)

Korhonen, H., Arrasvuori, J., Väänänen-Vainio-Mattila, K. Let Users Tell the Story: Evaluating User Experience with Experience Reports. In *CHI 2010 Extended Abstracts (work-in-progress paper)*, ACM. (6 sider)

Krogstrup, H.K. (2007). Evalueringmodeller. Århus: Academica. (s. 40-54). (15 sider)

Lykke, M. & Jantzen, C. (2013). Walking around to grasp interaction. Workshop: Walking for Data, *INTERACT 2013 Designing for Diversity*, Cape Town, South Africa, 2 – 6 September 2013 (5 sider)

Pink, S. (2011). Multimodality, multisensoriality and ethnographic knowing: social semiotics and the phenomenology of perception. *Qualitative Research*, 11(3), 261-276. (16 sider)

Anbefalet litteratur:

Rogers, Y, Sharp, H. & Preece, J. (2011). *Interaction design: beyond human-computer interaction*. Chichester: Wiley. Kapitel 12 (Introducing evaluation) og kapitel 13 (an evaluation framework).

### **Kursusgang C3, Præsentation af metoder til test af oplevelser II v/ Jens F. Jensen**

Kursusgangen vil introducere til, praktisk afprøve og diskutere en række metoder til test og evaluering af oplevelser og oplevelsesdesign.

Form: Foredrag og øvelser

Litteratur:

Pine, J., & Gilmore, J. (2005). *Field Guide for the Experience Economy*. Strategic Horizon.

Jordan, Patrick (2000). *Designing Pleasuable Products*. Taylor and Francis (pp. 121-181)  
Have, Christian (2012). *Synlighed er eksistens 3.0*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.  
Hird, J. & Kvistgaard, P. (2010). *Oplevelsesrum. Turisme, kulturarv og oplevelser*. Århus: Academica. s. 73-130. (57 sider)

Anbefalet litteratur:

(Uddrag fra) Pine, J., & Gilmore, J. (2011): *The Experience Economy*. Boston, Mass.: Harvard Business Review Press.

#### **D. Oplevelsesøkonomi, organisationsformer og forretningsmodeller + ledelsesdelen og organisationsdelen af BizChange** (denne er af praktiske årsager opført samlet under BizChange under E)

Undervisere: Jens F. Jensen, Søren Bolvig og Sune Gudiksen,

Den studerende skal gennem delmodulet opnå:

- Viden om: oplevelsesøkonomi, forretningsmodelteori, organisationsformer og økonomisk værdiskabelse
- Færdigheder i: at argumentere for oplevelsesdesignets økonomiske potentiale og organisatoriske indlejring, samt udvikle forretningsmodeller i indledende form
- Kompetencer til: at relatere oplevelsesdesign, herunder det udarbejdede produkt, til oplevelsesøkonomi, forretningsmodeller og organisationsstrukturer

#### **Kursusgang D1: Oplevelsesøkonomi**, v/ Jens F. Jensen

Kursusgangen giver en introduktion til oplevelsesøkonomi og økonomisk værdiskabelse via oplevelser. Oplevelsesøkonomiens historiske forudsætninger og tilblivelse skitseres og de centrale kendetegn identificeres.

Form: Foredrag

Litteratur:

Bille, Trine (2011). The Scandinavian approach to the Experience Economy – does it make sense?, *International Journal of Cultural Policy*, vol. 18, no.1, pp 93-110.

Uddrag fra Jon Sundbo & Flemming Sørensen (Eds.), *Handbook on the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar

#### **E. Ledelse, styring og procesfacilitering af designprocesser**

Undervisere: Søren Bolvig Bolvig og Sune Gudiksen

Den studerende skal gennem delmodulet opnå:

- projektledelse og projektstyring inden for it-baserede oplevelsesdesign

#### **BizChange: Strategisk design (integration af menneskelige værdier, teknologier, organisationer og forretningsmodeller** (samlæses med IDM)

Kursusgang 1: Strategisk design / Forretningsorienteret oplevelsesdesign (BizChange)

v/ Søren Bolvig Poulsen; Peter Vistisen & Sune Gudiksen, Onsdag d. 10. feb, 4 lektioner

Beskrivelse:

I denne kursusgang introduceres til strategisk design/forretningsorienteret oplevelsesdesign og modeller for integrerede design processer. Der diskuteres hvilken betydning det har at 'design tænkning' er gået fra at være en profession til en systematisk arbejdsform og bestemt tilgang. Intentionen med kursusgangen og BizChange forløbet er at udfolde relevante aspekter, der knytter sig til bevidst (conscious) strategisk designtænkning. Den studerende skal i denne første kursusgang erhverve viden omkring centrale begreber og tilgange inden for designtænkning og strategisk design. Herunder hører et primært fokus på designtænkningens rolle i den strategiske modellering, dvs. sammentænkning af menneskelige værdier, teknologier, organisationer og forretningsmodeller.

Der vil i denne forelæsning ligeledes blive arbejdet med, hvordan man arbejder konstruktivt med inddragelse af og ændring af mindset ved interessenter, beslutningstagere, specialiserede eksperter, brugere, medarbejdere mv. som en forudsætning for at kunne for andre og indplacere et nyt produkt i en virksomhed/organisation. Endeligt kigger vi på et par 8.sem projekteksempler fra 2015 til inspiration.

Primær litteratur:

Brown, T., & Martin, R. (2015). *Design for Action*. Harvard Business Review, 93(9), 57-64.(7 sider)

Buchanan, R. (2008). Introduction: design and organizational change. *Design Issues*, 24(1), 2-9. (7 sider)

Kimbell, L. (2011). Rethinking design thinking: Part I. *Design and Culture*, 3(3), 285-306.(21 sider)

Gudiksen, S.; Christensen, A. & Henriksen, P. (2016). Bridging service design with integrated co-design decision-maker interventions. *DRS 2016 proceedings*, Brighton (forthcoming).

Vistisen, P., & Jensen, T. (2012). Transforming learning and visitor participation as a basis for developing new business opportunities in an outlying municipality: - case study of Hjørring Municipality and Børglum Monastery, Denmark I E. Kristiansen (red.), *The Transformative Museum : - Proceedings*. (s. 164-175). DREAM - Danish Research Center on Education and Advanced Media Materials Institute for Literature, Culture and Media Studies University of Southern Denmark. (11 sider)

Anbefalet litteratur:

Brown, T. (2009). *Change by design. How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. Harper Business.

Martin, R. (2009). *The design of business: why design thinking is the next competitive advantage*. Harvard business school pr.

Vistisen, P. (2014). *Strategisk Designtænkning: Et videnskabeligt essay mod en teoretisk helhedstolkning af koblingen mellem teknologi, menneske og forretning gennem designtænkning*. Aalborg Universitet: InDiMedia, Department of Communication, Aalborg University.

## **Kursusgang 2: Iværksætter i de kreative digitale erhverv (dialogbaseret onsdagsforelæsning) (BizChange)**

v/ Kathrine Skovsgaard & Sune Gudiksen (2 lektioner). Onsdag d. 10. feb kl. 13.30-15.00

Beskrivelse: Denne onsdagsforelæsning vil være dedikeret iværksætter i indenfor kreative digitale erhverv. Vi får besøg af den kendte nordjyske eventmager og iværksætter Kathrine Skovsgaard som i dialog med Sune Gudiksen og de tilstedeværende vil behandle en række iværksætter-emner. Onsdagsforelæsningen er en integreret del af BizChange, men åben for alle interesserede.

Litteratur:

Sarasvathy, S. D. (2009). *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*. Edward Elgar Publishing. s. 65-230. (165 sider)

Gioia, D. A., & Chittipeddi, K. (1991). *Sensemaking and sensegiving in strategic change initiation*. Strategic management journal, 12(6), 433-448. (15 sider)

## **Kursusgang 3: Entrepreneurial mindset day (BizChange)**

v/ Sune Gudiksen & Søren Bolvig Poulsen (3 lektioner), Torsdag d. 11. februar kl. 9.15-12.00

Beskrivelse:

Denne dag vil forskellige aktører indenfor iværksætter pitche deres måde at arbejde på og hvordan det er at være i deres miljø. De studerende, der måtte vælge iværksætter-vejen, har mulighed for i april måned at opholde sig i et udvalgt virksomheds- eller iværksættermiljø, og her arbejde med eget projekt under forudsætning af at man fastholder en skarp kontakt med vejleder.

Se litteratur fra kursusgang 2

## **Kursusgang 4: Kommunikations- og mappingværktøjer i relation til forretning, organisationsforandring og interesser (BizChange), (3 lektioner), Tirsdag d. 1 marts kl. 9.15-12.00**

Der bliver her givet introduktioner og overblik over forretningsmodelteori, samt organisationsforandring og for-



skellige tilgange hertil. Det efterfølges af fire kommunikations- og mappingværktøjer, som der kan vælges i mellem til den første intervention og Hub med rekvirenterne.

Primær litteratur:

Argyris, C. (2010). *Organizational traps: Leadership, culture, organizational design*. Oxford University Press. (Kapitel 3, s. 58-82 & kapitel 6 s. 151-187) (60 sider)

Chesbrough, H. (2007). Business model innovation: it's not just about technology anymore. *Strategy & leadership*, 35(6), 12-17. (5 sider)

Collins, J. C. & Porras, J. I. (1996). "Building Your Company's Vision" *Harvard Business Review*, 74(6)

Gudiksen, S. (2015). *Co-designing business models: Engaging emergence through design games*. Ph.D. Dissertation. (Kapitel om forretningsmodeller s. 25-42) (17 sider)

Hambrick, D.C. & Fredrickson, J. W. (2001). Are you sure you have a strategy? *Academy of Management Services*, 15(4)

Hertenstein, J. H., Platt, M. B. (1997). Developing a Strategic Design Culture. *Design Management Journal*, 8(2)

Johnson, M. W., Christensen, C. M. and Kagermann, H. (2008). "Reinventing Your Business Model." *Harvard Business Review*, 86(12)

Lewin, K. (1946). Force field analysis. *The 1973 Annual Handbook for Group Facilitators*, 111-13. (2 sider)

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons. (første halvdel med Canvas framework, s. XX)

Shaw, P. (2002). Changing conversations in organizations: A complexity approach to change. *Psychology Press*. (Kapitel 1 & 2)

Gudiksen, S. (2015). Designerly influence on politics and the press: Changing a deadlocked relationship. NORDES 2015: *Design ecologies*. NO 6. udg. Stockholm, 2015.

Anbefalet litteratur:

Maurer, R. (2010). *Beyond the Wall of Resistance: Why 70% of All Changes Still Fail--and What You Can Do About It*. Bard Press. (Kapitel 2 & 3, s. 17-52)

Jordan, B., & Henderson, A. (1995). *Interaction analysis: Foundations and practice*. *The journal of the learning sciences*, 4(1), 39-103.

**Kursusgang 5: Hub 1 – møde med rekvirenter og/eller interessenter (BizChange)** (4 timer), Onsdag d. 2 marts kl. 9.15-13.00

Beskrivelse: Det første reelle design møde med rekvirenter og/eller interessenter, hvor et eller to udvalgte kommunikations- eller mappingværktøjer anvendes. Tidsrummet er fra kl. 9 til kl. 13 med forberedelse og kort evaluering. Selve interventionen er 1 til maks 2 timer.

**Kursusgang 6: Reframing og design interventioner i relation til forretning og organisationsforandring og interessenter** (BizChange) v/ Sune Gudiksen (3 lektioner), Fredag d. 18 marts kl. 9.15-12.00

Beskrivelse:

I denne forelæsning vises behovet for og der introduceres til hvorfor det er nødvendigt at eksperimentere og udforske designmuligheder i relation til forretningsmodeller og organisatoriske strukturer og –kulturer. I denne forelæsning præsenteres vigtigheden af at inddrage stakeholders og folk med ekspertiser udefra på særligt, fordelagtige tidspunkter i designprocessen.

Som anden en del af denne kursusgang demonstreres det, hvordan tilgangen 'design games', som man er blevet introduceret til i større eller mindre form på 7.sem (U-CrAc & Design game kursus) også kan anvendes på forretningsmodel og organisatorisk udvikling.

Litteratur:

Gudiksen, S. (2015). Business model design games. *Creativity and Innovation Management*.

Gudiksen, S. (2015). *Co-designing business models: Engaging emergence through design games*. Ph.D. Dissertation. (Kapitel om Co-design & design games s. 43-57) (14 sider)

Buur, J., & Matthews, B. (2008). *Participatory innovation*. *International Journal of Innovation Management*, 12(03), 255-273. (18 sider)

Buur, J., & Larsen, H. (2010). The Quality of Conversations in Participatory Innovation. *CoDesign* 6, no. 3 : 121-38. (17 sider)

**Kursusgang 7: Feedback dag på design-interventioner (BizChange)**, v/ Sune, Søren, Peter (3 timer), Tirsdag d. 29 marts kl. 9.15-12.00

Beskrivelse:

Der gives denne dag feedback på de udarbejdede design interventioner, der anvendes i hub 2.

**Kursusgang 8: Hub 2 – andet møde/workshop med rekvirenter og/eller interessenter (BizChange)**, v/ Sune, Søren, Peter (4 timer), Onsdag d. 30 marts kl. 9.15-13.00

Beskrivelse:

Denne dag mødes grupper igen med rekvirenter eller interessenter, denne gang med fokus på reframing og anvendelse af de udarbejdede design-interventioner. Der er i denne workshop i høj grad stadig fokus på 'sense-making'. Tidsrummet er fra kl. 9 til kl. 13 med forberedelse og kort evaluering. Selve interventionen er 1 til maks 2 timer.

**Kursusgang 9: Konceptpræsentation og sense-giving, herunder revisiting video-mediet (BizChange)**, v/ Peter Vistisen, Tirsdag d. 26. april kl. 9.15-12.00

Beskrivelse:

På denne kursusgang bygger vi videre på modulet fra 7. semester, hvor vi arbejdede med animation-baseret videoskitsering. Vi skal nu diskutere den strategiske brug af konceptvideoer indenfor salg, marketing or crowdfunding, såvel diskutere forholdet mellem akademisk og strategisk formidling af design koncepter.

Litteratur:

Bean, J., & Rosner, D. (2013). Demo or die?: the role of video demonstrations in the public domain. *Interactions*, 20(5), 80–81. <http://doi.org/10.1145/2500502>

*Coporate Foresight - Ruff.pdf*. (n.d.).

Little, A. (n.d.-a). *Communicating UX Through Video: 1. Prototyping* | Johnny Holland. Retrieved from <http://johnnyholland.org/2009/07/communicating-ux-through-video-1-prototyping/>

Little, A. (n.d.-b). *Communicating UX Through Video: 2. Concepting* | Johnny Holland. Retrieved from <http://johnnyholland.org/2009/07/communicating-ux-through-video-2-concepting/>

Little, A. (n.d.-c). *Communicating UX Through Video: 3. Future Scenarios* | Johnny Holland. Retrieved from <http://johnnyholland.org/2009/08/communicating-ux-through-video-3-future-scenarios/>

Little, A. (n.d.-d). *Communicating UX Through Video: 4. Probing & Research* | Johnny Holland. Retrieved from <http://johnnyholland.org/2009/08/communicating-ux-through-video-4-probing-research/>

Mitra, T., & Gilbert, E. (2014). *The language that gets people to give: phrases that predict success on kickstarter* (pp. 49–61). ACM Press. <http://doi.org/10.1145/2531602.2531656>

Sterling, B. (2013). *Patently untrue: fleshy defibrillators and synchronised baseball are changing the future* (Wired UK). Retrieved 2 December 2015, from <http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2013/10/play/patently-untrue>

Vistisen, P. (2015). The Roles of Sketching in Design. *Nordic Design Research* (NORDES), 6. Retrieved from [http://vbn.aau.dk/da/publications/the-roles-of-sketching-in-design\(a68d1f5e-90fd-4fc7-8553-bd0203ed5c49\).html](http://vbn.aau.dk/da/publications/the-roles-of-sketching-in-design(a68d1f5e-90fd-4fc7-8553-bd0203ed5c49).html)

**Kursusgang 10: BizMedia Design '16 konference (BizChange)** v/ Sune, Søren, Peter, Torsdag d. 9 juni fra kl. 8.30 (hele dagen),

Beskrivelse: På denne dag præsenteres udarbejdede koncepter, prototyper, produktion mv. til rekvirenter plus konferencedeltagere i messestande. Denne konference og præsentation til rekvirenter skal ikke forveksles med den mundtlige 8.sem projektmodul.

## F. Fagets videnskabsteori

Undervisere: Thessa Jensen & Thomas Winkel

Den studerende skal gennem delmodulet opnå:

- Viden om: videnskabsteori på højeste internationale niveau i relation til oplevelsesdesign og modulets temaer.
- Kompetencer til: at reflektere over modulets indhold i forhold til fagets videnskabsteori.

### 1. kursusgang, den XX. YY., kl. 10.15 til 14.15, v/ Thessa Jensen

*Så skal der læres noget! Virksomhedsteori og designteorier*

På kursusgangen gennemgås virksomhedsteori (activity theory) i forhold til designproblematikker. Desuden introduceres storyline-pædagogikken som metode.

De studerende skal arbejde med storyline-pædagogikken og en given videnskabsteoretisk vinkel med udgangspunkt i deres 7. semester projekt.

Forelæsning + workshop

#### Litteratur:

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic books. Kapitel 1 og 2

Rasmussen, A. B., Jørgensen, I. & Bell, S. (1996). *Storyline-pædagogikken: nye veje til tværfaglighed og undervisningsdifferentiering*. Gyldendal Undervisning.

Vygotsky, L. S. (1980). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard university press. Kapitel 6

### 2. kursusgang, den XX. YY., kl. 10.15 til 12.00, v/Thessa Jensen

*Videnskabsteoretisk design?!*

Denne kursusgang giver et kort overblik over, hvordan forskellige videnskabsteoretiske tilgange forholder sig til systemudviklingsmetoder. Fra rationalismens sammenhæng med vandfaldsmetoden til hermeneutikkens

indflydelse på prototyping undersøges, hvordan metoder hænger sammen med teori og hvilke konsekvenser en bestemt tilgang til design har for resultatet

Forelæsning

#### Litteratur:

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic books. Kapitel 6: The Design Challenge

Winograd, T., & Flores, F. (1986). *Understanding computers and cognition: A new foundation for design*. Intellect Books. Kapitel 2, 3, 4 - 5 og 6 .

NB! Kapitel 2 - 4 bliver fordelt mellem tre grupper, som skal læse ét af kapitlerne.

### 3. kursusgang, den XX. APRIL!, kl. 10.15 til 14.15, v./ Thessa Jensen og Thomas Winkel

*Sociale praksisser i praksis*

Thomas Winkel præsenterer og gennemgår arbejdet med madspild med særlig henblik på de anvendte metoder og teorier i forhold til videnskabsteori.

Efterfølgende skal de studerende arbejde i grupper på to med udgangspunkt i deres forhenværende projekter. Der arbejdes med interview og observationsmetodikker.

#### Litteratur:

Brinkmann, S. (2014). *Det kvalitative interview*. Hans Reitzel.

Baarts, Charlotte. (2015). Autoetnografi. In Brinkmann, S., & Tanggaard, Lene (Eds.). *Kvalitative metoder: En grundbog* (2. udgave ed.). København: Hans Reitzel.

Brinkmann, S. (2013). *Kvalitativ udforskning af hverdagslivet* (1. udg. ed.). Kbh: Hans Reitzel.

Flyvbjerg, B. (2001). *Making social science matter: Why social inquiry fails and how it can succeed again*. Cambridge University Press.

Hansen, F. (2014). *Kan man undre sig uden ord? : Design- og universitetspædagogik på kreative videregående uddannelser; - med Designskolen Kolding som case*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263. <http://doi.org/10.1177/13684310222225432>

Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: everyday life and how it changes*. Sage Publications.

#### Eksamen

Prøve 4

#### En ekstern mundtlig prøve i "Oplevelsesdesign: fra koncept til produkt" (IT-based Experience Design: From Concept to Product)

Prøven foregår som en samtale mellem den/de studerende, eksaminator og censor og tager udgangspunkt i en af den/de studerende udarbejdet projektrapport samt i et konkret digitalt oplevelsesprodukt/-prototype. Projektrapporten samt det konkrete digitale oplevelsesprodukt/-koncept betragtes som gruppens fælles ansvar. Projektrapporten inklusive oplevelsesproduktet/prototype udgør grundlaget for eksamination og bedømmelse, og der foretages en samlet bedømmelse af projektrapporten inklusive oplevelsesprodukt/prototype og den

mundtlige præstation.

Litteraturgrundlag: 2000 standardsider vejledergodkendt, selvvalgt litteratur i tilknytning til projektet.  
Sideløbende: Projektrapporten skal minimum være på 15 sider og maximum 20 sider pr. studerende (dog maximum 30 sider ved individuel studerende).

Normeret prøvetid: Prøvetiden er normeret til 20 minutter pr. studerende og 10 minutter pr. gruppe til votering og karaktergivning, dog højst i alt to timer ved store grupper, 30 minutter i alt ved individuelle prøver.

Sprog: Projektrapporten kan efter studienævnets godkendelse skrives på et fremmedsprog.

Bedømmelsesform: En karakter efter 7-trinsskalaen.

Ved en mundtlig gruppe-prøve skal den enkelte studerende eksamineres på en sådan måde, at det sikres, at der foretages en individuel bedømmelse.

Omfang: 20 ECTS-Point

Projektrapporten og den mundtlige samtale skal demonstrere, at den studerendes opfylder de faglige mål beskrevet ovenfor.

Ved bedømmelsen af prøvepræstationen vil der med henblik på opnåelse af karakteren 12 blive lagt vægt på, at den studerende indløser ovenstående krav på en fyldestgørende, selvstændig og overbevisende måde.

## **Modulbeskrivelse: Digitale oplevelsesteknologier**

### **Modulet: "Digitale oplevelsesteknologier"**

#### **Placering**

8. Semester Oplevelsesdesign  
Studienævnet for kommunikation og digitale Medier

#### **Modulansvarlig**

Angivelse af den ansvarlige fagperson for modulets tilrettelæggelse og afvikling  
Jens F. Jensen

Undervisere: Jens F. Jensen og Thessa Jensen

#### **Type og sprog**

Studiefagsmodul,  
Dansk

#### **Mål**

Modulet giver den studerende et systematisk overblik over udvalgte digitale teknologier og deres anvendelsesmuligheder, i det omfang de er relevante for oplevelsesdesign. I denne sammenhæng skal den studerende blive i stand til at analysere og vurdere teknologianvendelse i allerede eksisterende oplevelsesdesign og kreativt reflektere over disse teknologiers mulige anvendelser i fremtidige oplevelsesprodukter. Sideløbende introducerer og indøver modulet basale, eksemplariske algoritmiske strategier og principper, der giver indblik i den digitale teknologis funktionalitet.

I tilknytning til modulet afholdes kurser og øvelser inden for følgende områder:

- teknologityper
- den digitale teknologis grundlæggende funktionalitet.

Den studerende skal gennem modulet opnå:

#### **Viden om:**

- forskellige digitale teknologier, samt deres oplevelsesmæssige betydning, effekt og anvendelsesmuligheder
- relevante grundlæggende teorier om den digitale teknologis algoritmiske funktionalitet og interaktive

modaliteter

- design- og produktionsprocesser med særligt fokus på samarbejde og tværdisciplinære praksisser i forhold til teknologianvendelse.

#### Færdigheder i:

- at anvende digitale teknologiers funktionalitet, i den udstrækning det er relevant for fagfeltet oplevelsesdesign
- at analysere og udvælge teknologiske systemer og platforme til realiseringen af oplevelsesteknologiske produkter og tjenester
- at indgå i design- og innovationssamarbejde omkring relevante digitale teknologier

#### Kompetencer til:

- at reflektere over forskellige digitale teknologiers oplevelsesmæssige potentialer og begrænsninger
- at deltage i udvælgelse, udvikling og anvendelse af digitale teknologier ift. oplevelsesdesignprodukter
- at formidle teknologiske problemstillinger og løsningsmodeller til fagfæller og ikke-specialister.

#### Fagindhold og sammenhæng med øvrige moduler/semestre

Fagets faglige indhold er en introduktion til og forståelse af digitale oplevelsesteknologier. Faget skal give et overblik over hvilke typer af digitale oplevelsesteknologier, der findes, og hvad deres respektive styrker og svagheder, muligheder og begrænsninger er. Derudover skal kurset introducere til digitale teknologiers grundlæggende funktionalitet.

Faget er som sådan en fortsættelse af de dele af kursusundervisningen på 7. semesters projektmodul, der introducerede og diskuterede oplevelsesteknologier.

#### Omfang og forventet arbejdsindsats

5 ECTS svarende til 137,5 arbejdstime

#### Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

##### 1. kursusgang: Teknologityper og teknologitypologier, v. Jens F. Jensen (3 timer)

Kursusgangen vil gennemgå og diskutere forskellige typer af (oplevelses)teknologier og forskellige udformninger af teknologitypologier. Derudover vil kursusgangen introducere til State-of-the-Art eller 'literature review' som del af en videnskabelig artikel eller opgave. Endelig vil kurset introducere og gennemføre en række case-analyser af oplevelsesteknologier.

##### Litteratur

B. Neuhofer, D. Buhalis & A. Ladkin: "A Typology of Technology-Enhanced Tourism Experiences" (International Journal of Tourism Research, 2013)

##### 2. kursusgang: Museer, kulturarvformidling, digitale medier og oplevelsesdesign, v/Jens F. Jensen (3 timer)

Kursusgangen vil gennemgå forskellige eksempler på og typologier for anvendelsen af digitale udstillingsteknologier og oplevelsesteknologier på museer. Herunder præsentation af en typologi for digitale medier brugt til kulturarvsformidling og i museer. Vi vil bl.a. tale om Museumsoplevelsen – og den kreative brug af interaktive, digitale teknologier på museer - samt typologier for repræsentationsformer og oplevelsesformer i kultur- og kulturarvsformidling

##### Litteratur:

Wessel, D., & Mayr, E. (2007). Potentials & challenges of mobile media in museums. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 1 (1), 32-39. [www.online-journals.org/index.php/i-jim/article/view/165/103](http://www.online-journals.org/index.php/i-jim/article/view/165/103).  
Arvanitis, Konstantinos (2005). Museums outside walls. Mobile phones and the museum in the everyday. *IADIS International Conference Mobile Learning*.  
[http://www.iadis.net/dl/final\\_uploads/200506C016.pdf](http://www.iadis.net/dl/final_uploads/200506C016.pdf)  
Epstein, M. & Vergani, S. (2006). History Unwired. Mobile narrative in historic cities. In *Proceedings of the working conference on Advanced visual interfaces*. AVI  
<http://delivery.acm.org/10.1145/1140000/1133327/p302-epstein.pdf?key1=1133327&key2=3965274521&coll=GUIDE&dl=GUIDE&CFID=56132425&CFTOKEN=3819077>

Daniel Wessel, Carmen Zahn, & Friedrich W. Hesse, 2008. Supporting Visitors'Interest within and beyond the Museum with Mobile Media, *NODEM 2008*  
[http://www.tii.se/nodem/pdfs/wessel\\_zahn\\_hesse\\_2008\\_nodem.pdf](http://www.tii.se/nodem/pdfs/wessel_zahn_hesse_2008_nodem.pdf)

### 3. Kursusgang: Mobile oplevelsesteknologier og lokative medier v/ Jens F. Jensen (3 timer)

#### Litteratur:

Jens F. Jensen: "Mobile medier og lokationsbaserede medier", in Jens F. Jensen, Søren Smed og Claus Østergaard (red.) *MoOZ. Mobile Oplevelsesteknologier*, Aalborg: Aalborg Universitetsforlag

Jens F. Jensen (2014). Signalement af den mobile burger, in Jens F. Jensen, Søren Smed og Claus Østergaard (red.) *MoOZ. Mobile Oplevelsesteknologier*, Aalborg: Aalborg Universitetsforlag

Forlizzi, J, & Ford, S. (2000). The building blocks of experience: an early framework for interaction designers. DIS '00 Proceedings of the 3rd conference on Designing interactive systems: processes, practices, methods, and techniques, 419-423, ACM New York, USA (<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=347800>)

Smed, S., Winkel, T. D. (2014). Stil dem venligst i kø... velkommen til Fårup Sommerlands ventetids app. I: Jens F. Jensen, Søren Graakjær Smed & Claus Møller Østergaard (red.), *Mobile Oplevelseszoner*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag, 2014.

Østergaard, Claus Møller (2014) Før, under og efter besøget – erfaringer og brugeroplevelser. I: Jens F. Jensen, Søren Graakjær Smed & Claus Møller Østergaard (red.), *Mobile Oplevelseszoner*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag, 2014.

#### Anbefalet litteratur

Jensen, Jens F.: Alternate Reality Games. I Jens F. Jensen, Søren Graakjær Smed & Claus Møller Østergaard (red.), *Mobile OplevelsesZoner*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Jensen, Jens F.: Kulturarv på spil – Alternate Reality Games som kultur- og kulturarvsformidling. I Jens F. Jensen, Søren Graakjær Smed & Claus Møller Østergaard (red.), *Mobile OplevelsesZoner*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag. 16 sider.

Konzack, Lars: Case-studie af Fredericia Battle 1849. Oplevelsesøkonomiens diskursive praksis. I: Jens F. Jensen, Søren Graakjær Smed & Claus Møller Østergaard (red.), *Mobile Oplevelseszoner*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag. 10 sider.

### 4. kursusgang: Turings maskine og alle dens gerninger v/Thessa Jensen

Kursusgangen vil fokusere på de algoritmiske processer, der ligger til grund for ethvert digitalt medie, som vi kender dem i dag. Udgangspunktet bliver Turings overvejelser omkring 'Turings maskine', herunder bl.a. en mindre workshop, hvor de studerende skal arbejde med en simpel Turing maskine.

### 5. Kursusgang: Fra Weizenbaums 'Eliza' til Ikeas 'Anna' v/Thessa Jensen

Udviklingen af kunstig intelligens giver mulighed for implementering af oplevelsesdesign i mange, ofte mere dagligdags sammenhæng. Denne kursusgang ser på, hvordan arbejdet med at skabe et computer program, der kunne klare Turing testen, har affødt nye muligheder for menneske-maskin samspillet.

### 6. Kursusgang: Wiki, Anonymous og Internettets uforudsigelighed v/Thessa Jensen

Hvordan kan den enkelte påvirke samfundet? Internettets mulighed for at lade brugerne deltage og bidrage til diskussioner, starte indsamlinger og petitioner skaber forandringer og omvæltninger, skabt af enkeltpersoner eller mindre grupper i et hidtil uset omfang. I kursusgangen ser vi på, hvordan Turingmaskinens forandring fra enkeltstående computer til altomfattende netværk er med til at skabe samfundsmæssige forandringer på godt og ondt.

Litteratur til kursusgang 4-5-6 (foreløbig, relevante kapitler vil blive fremhævet senere, ligesom eventuelle artikler vil kunne blive tilføjet):

Brevini, B., Hintz, A., & McCurdy, P. (2013). *Beyond WikiLeaks: Implications for the future of communications, journalism and society*. Palgrave Macmillan.

Hofstadter, D. R. (2000). *Gödel, Escher, Bach*. Penguin.

Millican, P. J., & Clark, A. (Eds.). (1996). *The Legacy of Alan Turing*. Oxford University Press.

Petzold, C. (2008). *The annotated Turing: a guided tour through Alan Turing's historic paper on computability and the Turing machine*. Wiley Publishing.

Turing, A. (1987). *Intelligence Service*. Brinkmann & Bose, Berlin.

Suchman, L. A. (1988). Representing practice in cognitive science. *Human Studies*, 11(2-3), 305-325. (20 sider)

Weizenbaum, J. (1966). ELIZA—a computer program for the study of natural language communication between man and machine. *Communications of the ACM*, 9(1), 36-45. (9 sider)

### **7. Kursusgang: Case-studier i digitale oplevelsesteknologier, v/ Jens F. Jensen (3 timer)**

Foredrag, workshop og gruppearbejde

Kursusgangen gennemgår en række repræsentative casestudier inden for digitale oplevelsesteknologier. Teknologiernes styrker og svagheder, potentialer og begrænsninger analyseres, diskuteres og vurderes og teknologierne anvendes til andre fremtidige oplevelser og i forbindelse med andre digitale oplevelsesteknologier diskuteres. Aktiviteten følges af en workshop og gruppearbejde med analyse af andre cases inden for digitale oplevelsesteknologier, der afsluttes med en plenumfrelægning. Endelig introducerer kursusgangen til eksamensopgaven i Digitale Oplevelsesteknologier.

Litteratur:

Grundbog for hele kurset: Jens F. Jensen, Søren Graakjær Smed & Claus Møller Østergaard (2014). *MoOZ – Mobile OplevelsesZoner. Mobile medier. Mobilt indhold, Mobile Oplevelser*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag. (købes)

### **Eksamen**

Prøve 5

En intern skriftlig prøve i ”**Digitale oplevelsesteknologier**” (**Digital Technologies for Experience Design**)  
Prøven har form af en bunden 3-dages hjemmeopgave, hvor den studerende på baggrund af modulet besvarer det eller de udleverede spørgsmål og opgaver inden for modulets fagområde. Den skriftlige del af opgavebesvarelsen må højst være på 10 sider og udarbejdes individuelt.

Sprog: Opgavebesvarelsen kan efter studienævnets godkendelse udarbejdes på et fremmedsprog.

Bedømmelsesform: Karakter efter 7-trinsskalaen.

De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 5 ECTS.

Ved bedømmelsen af prøvepræstationen vil der med henblik på opnåelse af karakteren 12 blive lagt vægt på, at den studerende indløser modulets mål på en fyldestgørende, selvstændig og overbevisende måde.