

**Übersicht:**

Modul	DA
Teilbereich:	Teilbereich 4.2: Relevanz der User Experience verstehen
Lernziel(e):	Bedeutung, Grundlagen und Einsatzgebiete von User-Experience verstehen
Datum und Version Begleitdokumentation	Datum: 16.10.2023 Version: 1.1
Stunden	5
Durchschnitts- taxonomie:	1

**Vorgesehene Inhalte aus dem Rahmenlehrplan:**

Bedeutung, Grundlagen und Einsatzgebiete von User- Experience verstehen:

- Grundlagen zu User Experience kennen
- Grundlagen zu Customer Experience kennen
- Persona-Ermittlung verstehen
- Customer Journeys verstehen

**Feinlernziele des Themenbereichs (durch Ersteller spezifiziert):**

SuS sollen den Mehrwert einer guten User Experience (UX) erkennen und verstehen, wie sie zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und Konversionsrate beiträgt. Sie sollen verschiedene Einsatzgebiete identifizieren können, in denen eine gute UX von entscheidender Bedeutung ist, wie beispielsweise im E-Commerce, bei mobilen Apps und in öffentlichen Dienstleistungen. Des Weiteren sollen die SuS die unterschiedlichen Modelle der Customer Journey kennenlernen und in der Lage sein, diese zu beschreiben und anzuwenden. Sie sollen die verschiedenen Phasen einer Customer Journey identifizieren und verstehen, wie diese miteinander verknüpft sind und optimiert werden können. Sie sollen das Konzept der Personas begreifen, wissen, wie diese erstellt werden, und verstehen, wie sie zur Verbesserung der UX eingesetzt werden können. Schließlich sollen die SuS tiefere Informationen und komplexere Aspekte des Gelernten kennenlernen, um ein umfassendes Verständnis der User Experience und der Customer Journey zu entwickeln. Die Vermittlung und das Erreichen dieser Lernziele erfolgt innerhalb eines Zeitraums von 5 Lernstunden, wobei zwei davon Selbstlernseinheiten sind und die restlichen drei Stunden in Präsenz absolviert werden.

Lernziele nummeriert:

1. SuS sollen wissen, welchen Mehrwert eine gute UX bringen kann.
2. SuS sollen verschiedene Einsatzgebiete, in denen eine gute UX wichtig ist, kennen.
3. SuS sollen die verschiedenen Modelle für eine Customer Journey kennen.
4. SuS sollen die verschiedenen Phasen einer Customer Journey kennen.
5. SuS sollen das Konzept hinter "Personas" kennen und verstehen.
6. SuS sollen tiefere Informationen und komplexere Aspekte des Gelernten kennenlernen.

### Situationsbeschreibung:

#### Handlungsraum:

SuS werden in kleinen Gruppen als UX-Teams eingesetzt, die einen fiktiven Online-Shop analysieren und verbessern sollen. Dabei durchlaufen sie alle Phasen der Customer Journey und erstellen repräsentative Personas, um die Nutzererfahrung gezielt zu optimieren. Die Gruppen recherchieren und präsentieren zudem den Mehrwert einer guten UX und verschiedene Einsatzgebiete.

#### Handlungsprodukt:

Das Handlungsprodukt besteht aus einer detaillierten Dokumentation und einer mündlichen Präsentation, die die Analyse des Online-Shops, den Mehrwert einer guten UX, relevante Einsatzgebiete, Customer Journey Modelle, Personas und konkrete Verbesserungsvorschläge umfasst. Visuelle Darstellungen wie Diagramme, Flowcharts und Mock-ups ergänzen die Ergebnisse.

### Gliederung:

1. Definition User Experience (UX)
2. Betrachtung UX anhand von Beispielen
3. Definition Customer Journey
4. Betrachtung verschiedener Modelle
  - a. AIDA Modell
  - b. Messy Middle Modell
  - c. Moment of Truth Modell
  - d. Analyse von Unterschieden und Gemeinsamkeiten
5. Definition Personas
6. Betrachtung Personas anhand von Beispielen
  - a. Erstellen von Persona mit Hilfe eines online Tools
  - b. Vorstellung der erstellten Persona
  - c. Feedback zu den erstellten Persona
7. Anwendung einer CJ mit eigenem Beispiel Unternehmen und dafür definierten Personas

**Sequenzielle Einordnung (Vor-/Nachgelagerte Einheit/auch modulübergreifend):**

Vorgelagert: DA Teilbereich 3  
Nachgelagert: DA Teilbereich 5  
Modulübergreifend: keine

**Sonstiger Hinweis:**

Für ein besseres und tieferes Verständnis bietet sich für dieses Thema vor allem die Gruppen- und/oder Partnerarbeit als Lehrmethode an, da so ein reger Austausch über eigene Erfahrungen und Gelerntes stattfinden kann. Dies kann helfen, die Betrachtungen aus verschiedenen Sichtweisen auf UX und die Customer Journey zu fördern.

Phasierung (online/Präsenz)	Stundenanzahl (in Zeitstunden)	Verknüpfung (online – Präsenz bzw. Präsenz – online)	Feinlernzielnummer (aus Begleitdokumentation)	Methode(n)	Material
Online User Experience und Customer Journey	1	Zuerst online, dann nach 4. Präsenz	Lernziele: 1,2 und 3	Selbstlerneinheit	
Online 2. Schritte einer Customer Journey und Erstellen von Personas	1	Zuerst online, dann nach 4. Präsenz	Lernziele: 4 & 5	Selbstlerneinheit	
Präsenz 4.2 Relevanz der User Experience verstehen	3	Zuerst online, dann nach 4. Präsenz	Lernziel: 6	Lehrgespräch Partner- und/oder Gruppenarbeit	Präsentation