

Wie kommt der Inhalt auf die Webseite: Prozessanalyse und Optimierung der Usability des CMS von save.tv.

Thema:

Wie kommt der Inhalt auf die Webseite: Prozessanalyse und Optimierung der Usability des CMS von save.tv.

Art:

[BA](#)

BetreuerIn:

[Tim Schneidermeier](#)

BearbeiterIn:

Katja Einer

ErstgutachterIn:

[Christian Wolff](#)

ZweitgutachterIn:

[N.N.](#)

Status:

[abgeschlossen](#)

angelegt:

2013-10-10

Antrittsvortrag:

2013-11-18

Textlizenz:

[Unbekannt](#)

Codelizenz:

[Unbekannt](#)

Hintergrund

Save.TV ist ein Online Rekorder, welcher Sendungen aufzeichnet. Die Kunden können hierbei selber bestimmen, welche Serien, Filme oder Reportagen sie aufnehmen und anschließend herunterladen wollen. Des Weiteren hat der Nutzer die Option Werbung herauszuschneiden zu lassen. Damit die Nutzer Einsicht in den Programmablauf bekommen, gibt es auf der Seite ein Fernsehprogramm mit direktem Link zur Aufnahme. Außerdem sind Bilder und ein Beschreibungstext zu den einzelnen Sendungen vorhanden. Für das Verwalten der Bilder und Texte benutzt Save.TV ein Content Management System, welches verschiedene Usability Probleme aufweist und somit das Arbeiten erschwert.

Zielsetzung der Arbeit

Prozessanalyse und benutzerzentriertes Redesign für die Bereitstellung von multimedialen Inhalten auf einer Webseite auf Basis eines CMS.

Konkrete Aufgaben

1. Schritt ist die Prozessanalyse, in der ich die einzelnen Arbeitsschritte durchgehe und die verschiedenen Probleme, die dabei auftreten, erörtere. (Die ich in einem Pluralistic walkthrough mit Mitarbeitern sammle) 2. Schritt wäre dann die Wettbewerbsanalyse bei der ich mir Content bezogene Webseiten anschau (wie eLearning Seiten oder soziale Netzwerke) und mit dem CMS von Save.tv im Bezug auf die gemeinsamen Arbeitsschritte vergleiche 3. ich erstelle einen Prototypen anhand der gewonnen Erkenntnisse. Anschließend teste ich ihn mit Probanden und verbessere ihn notfalls noch einmal. Den Schritt wiederhole ich dann solange, bis alle Probleme beseitigt sind. 4. die Implementierung

Erwartete Vorkenntnisse

Keine

Weiterführende Quellen

Allen, J., & Chudley, J. (2012). Smashing UX Design (1. Auflage., p. 446). John Wiley & Sons. Boiko, B. (2004). Content Management Bible (p. 1176). John Wiley & Sons. Halvorson, K., & Rach, M. (2012). Content Strategy for the Web (2nd ed., p. 197). New Riders. Jakob, N. (2010). Usability Engineering (New editio., p. 362). Morgan Kaufmann. Kahn, J. (2010). Strategic Content Management. A LIST APART. Retrieved from <http://alistapart.com/article/strategic-content-management> Kissane, E. (n.d.). The Elements of Content Strategy. A BOOK APART. Leventhal, L., & Barnes, J. (2007). Usability engineering-process, products and examples (1. Auflage., p. 336). Addison Wesley Pub Co Inc. Nix, M. (2005). Web Content Management. CMS verstehen und auswählen (p. 202). Entwickler.Press. Richter, M., & Flückinger, M. (2013). Usability Engineering kompakt (3. Auflage., p. 179). Springer Vieweg. Sarodnick, F., & Brau, H. (2011). Methoden der Usability Evaluation: Wissenschaftliche Grundlagen und praktische Anwendung (2. Auflage., p. 278). Huber, Bern. Simpson, D. (2005). Content for one: developing a personal content management system. Proceeding, 338.342. Suh, P., Ellis, J., & Thiemecke, D. (2002). Content Management Systems (p. 400). Peer Information. Tidwell, J. (2011). Designing Interfaces (2. Auflage., p. 547). O'Reilly. Vogler, K. (2006). Usability von Web Content Management Systemen.

From:

<https://wiki.mi.ur.de/> - MI Wiki

Permanent link:

https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/cms_prozessanalyse

Last update: **01.10.2019 11:21**

