

Konzeption und Entwicklung einer standortbasierten online-marketing Webapp mittels des Design-Thinking-Prozesses

Thema:

Konzeption und Entwicklung einer standortbasierten online-marketing Webapp mittels des Design-Thinking-Prozesses

Art:

[MA](#)

BetreuerIn:

[Christian Wolff](#)

BearbeiterIn:

Christoph Märkl

ErstgutachterIn:

[Christian Wolff](#)

ZweitgutachterIn:

[N.N.](#)

Status:

[abgeschlossen](#)

Stichworte:

[Marketing](#), [Plattform](#), [Online](#), [Standort](#), [Location Based Systems](#), [Design Thinking](#)

angelegt:

2017-10-05

Beginn:

2017-04-01

Anmeldung:

2017-08-28

Antrittsvortrag:

2017-07-24

Abgabe:

2018-01-28

Textlizenz:

[Unbekannt](#)

Codelizenz:

[Unbekannt](#)

Hintergrund

Unter dem Ansatz des Design-Thinkings versteht man die Herangehensweise, bewusst Lösungen und Ideen für Problemstellungen zu erarbeiten. Dabei steht insbesondere der iterative Prozess, d.h. das Ausprobieren und Evaluieren von Lösungsansätzen und Ideen mittels eines Prototypen bereits in einem frühen Stadium der Entwicklung, im Vordergrund. Dabei sollen Bedürfnisse späterer Endnutzer des Programms frühzeitig erkannt und realisiert werden. Mittels dieses Design-Thinking-Ansatzes soll eine online-marketing Webapp konzipiert und ein Prototyp iterativ entwickelt werden.

“Leere Fußgängerzonen, leere Schaufenster. Ein Einkaufsbummel könnte in Zukunft öde werden, denn fast jeder zehnte stationäre Laden in Deutschland ist durch den Onlinehandel in Gefahr.” (nordkurier.de, 2016) Durch Produkte wie Amazon Echo, Dash und Fresh, werden Onlinebestellungen in Zukunft nochmals erheblich einfacher und das Sortiment wird sogar um Lebensmittel erweitert. Während Großhändler wie Amazon enorme Beträge investieren können, um Produkte zu bewerben und neue Verkaufstechniken zu entwickeln, wachsen die Probleme für den inhabergeführten Einzelhandel. Einige Geschäfte besitzen eine eigene Webseite, Bücherläden oftmals eine online Lösung um ihre Waren anzubieten und viele präsentieren sich auf Facebook. In dieser Masterarbeit soll deswegen eine Lösung entwickelt werden, die dem Endnutzer zentral einen Zugang zu den Angeboten in der Umgebung bietet und den Geschäftsbetreibern eine Plattform bietet, ihr Geschäft und ihre Waren dem Kunden zu präsentieren.

Zielsetzung der Arbeit

Ziel der Arbeit ist die Konzeption einer Webapp, die die dargestellten Probleme erfasst. Zudem soll in einem iterativen Prozess ein Prototyp entwickelt und getestet werden.

Konkrete Aufgaben

* Literaturrecherche bezüglich des Design-Thinking-Ansatzes und der Interface Gestaltung interaktiver Webapplikationen. * Wettbewerbsanalyse bestehender Plattformen und Applikationen * Anforderungsanalyse mittels des Design-Thinking-Ansatzes * Recherche von geeigneten Frameworks und Technologien zur Umsetzung der Anforderungen. * Iterative Entwicklung eines Prototypen * Usability Test des Prototypen

Erwartete Vorkenntnisse

TBD

Weiterführende Quellen

TBD

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

Permanent link: https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/konzeption_und_entwicklung_einer_standortbasierten_online-marketing_webapp_mittels_des_design-thinking-prozesses

Last update: 01.10.2019 11:49

