

Nachholklausur zur Vorlesung

Mediendesign und Medienergonomie

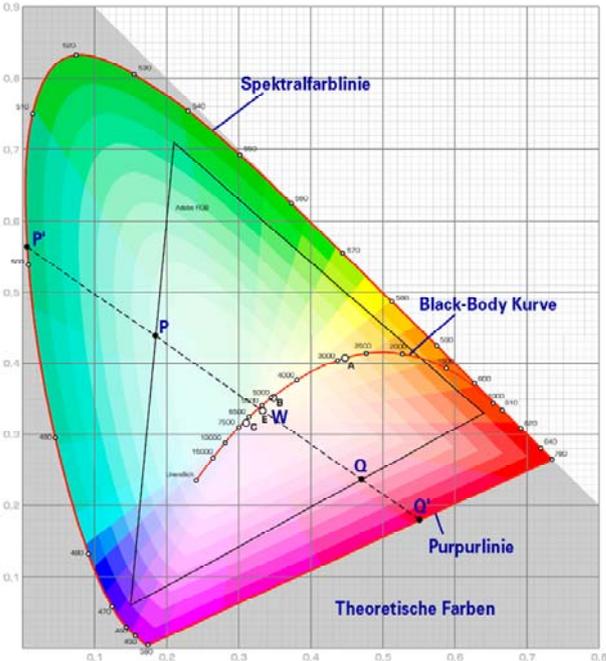
(SS 2011, LV-Nr. 36 605)

im Studiengang Informationswissenschaft

Donnerstag, 3. November 2011

Allgemeine Hinweise

1. Bearbeitungszeit: 90 Minuten.
2. Maximal erreichbare Punktzahl: 90. Zu Ihrer Orientierung sind die erreichbaren Punkte bei jeder Frage genannt – bitte teilen Sie die Arbeitszeit entsprechend ein.
3. Schreiben Sie Ihren **Namen, Vornamen, Studiengang (B.A. / M.A. / Mag.) und Studienfach sowie Ihre Matrikelnummer (oder eine frei wählbare ID)** leserlich auf alle Klausurbögen, die Sie für Ihre Lösung verwenden - **bevor** Sie mit der Bearbeitung beginnen! Blätter ohne diese Angaben können nicht gewertet werden.
4. Verwenden Sie nur die bereitgestellten Klausurbögen.
5. Haken Sie ggf. nach Bearbeitung die Aufgaben auf der Angabe ab, um sicherzustellen, dass Sie keine Frage ausgelassen haben.
6. Benutzen Sie **keine Bleistifte, keine rotschreibenden Stifte** und **kein TippEx** (oder ähnliche Produkte).
7. Es sind **keine** weiteren Unterlagen (Skripte, Vorlesungsmitschriften, etc.) zugelassen.
8. Wenden Sie sich bei Unklarheiten in den Aufgabenstellungen immer an die Aufsichtsführenden. Hinweise und Hilfestellungen werden dann, falls erforderlich, offiziell für den gesamten Hörsaal durchgegeben. Aussagen unter „vier Augen“ sind ohne Gewähr.
9. Geben Sie keine **mehrdeutigen** (oder **mehrere**) Lösungen an. In solchen Fällen wird stets die Lösung mit der geringeren Punktzahl gewertet. Eine richtige und eine falsche Lösung zu einer Aufgabe ergeben also null Punkte.
10. Formulieren Sie Ihre Antworten (ggf. knapp) aus; die bloße Nennung von Stichwörtern kann als Antwort nicht gewertet werden!
11. Verändern Sie die Aufgabenstellung nicht, um Sie an Ihre Lösung **„anzupassen“**. Lösungen, die sich nicht an die vorgegebenen Aufgabenstellungen halten, werden mit null Punkten bewertet.

Fragen	Punkte
1. Grenzen Sie Design und Ergonomie voneinander ab und erläutern Sie die Abgrenzung anhand eines konkreten Beispiels aus dem Mediendesign.	8
2. Definieren Sie Medienästhetik und erläutern Sie eine Entwicklungsmethode, die helfen kann, „medienästhetische“ Produkte zu schaffen.	8
<p>3. Erläutern Sie am Beispiel der CIE-Normfarbtafel die Konzepte <i>Farbraum</i>, <i>Gamut</i> und <i>Farbprofil</i>.</p> <p>(Bildquelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Datei:CIE-Normfarbtafel.png, Zugriff 09 / 11)</p>  <p>The diagram is a CIE color space plot with x and y axes ranging from 0.0 to 1.0. It features a large, multi-colored area representing the range of human vision. Key elements include: <ul style="list-style-type: none"> Spektralfarblinie: A curved line at the top of the color space, representing pure spectral colors. Black-Body Kurve: A curve starting from the origin and moving towards the red end, representing the color of a black body at different temperatures. Purpurlinie: A line connecting the blue and red ends of the color space. Theoretische Farben: The entire area within the spectral line and purple line. Points P, P', A, B, C, Q, and Q' are marked on the diagram. Temperature markers (1000, 2000, 3000, 4000, 5000, 6000, 7000, 8000, 9000, 10000, 15000, 20000, 30000, 40000, 50000, 60000, 70000, 80000, 90000, 100000) are shown along the black-body curve. </p>	9
<p>4. A) Grenzen Sie die folgenden drei Schriften voneinander ab und erläutern dabei vier visuelle Merkmale von Schriften (8P):</p> <p>1. Typographie</p> <p>2. Typographie</p> <p>3. <i>Typographie</i></p> <p>B) Ordnen Sie die im Beispiel verwendeten Schrift nach der DIN-Klassifikation (6P).</p>	14

5. Beschreiben Sie ein für das Mediendesign geeignetes Vorgehen zur Auswahl und Kombination von Schriften.	9
6. Erläutern Sie an je einem Beispiel aus dem Print- bzw. Onlinebereich den Aufbau eines Gestaltungsrasters.	10
7. Sie produzieren eine multimediale Anwendung für einen Finanzdienstleister, z. B. eine Bank oder Versicherung. Erläutern Sie das Prinzip der Auswahl geeigneter Medien hierfür im Sinne des Ansatzes der Multimedienorm ISO 14915, Teil 3. Geben Sie dabei zwei konkrete Beispiele der Medienauswahl.	12
8. Universelle Designprinzipien lassen sich in die folgenden Kategorien gliedern: <ul style="list-style-type: none">• Einfluss auf die Wahrnehmung• Lernförderlichkeit des Designs• Gebrauchstauglichkeit• positive ästhetische Anmutung• Hilfe für Designentscheidungen/Metaprinzipien Erläutern und begründen Sie je ein Designprinzips aus jeder Kategorie und seine Befolgung oder Verletzung am Beispiel der Homepage der Deutschen Post AG (siehe Screenshot folgende Seite).	20
Summe	90

The screenshot shows the Deutsche Post website interface within a Firefox browser window. The browser's address bar displays 'www.deutschepost.de/dpag?xmlFile=828'. The website header includes the Deutsche Post logo and a navigation menu with categories: E-Postbrief, Privatkunden, Geschäftskunden, Produkte, Service, and Shop. A search bar is located at the top right, and a 'Suche' button is visible. Below the navigation, a large yellow banner features a smiling postman in uniform, with the text 'Der E-POSTBRIEF.' and a 'Mehr erfahren' button. To the right of the banner, there are four main service categories: Schreiben, Versenden, Empfangen, and Werben. Under 'Schreiben', there is a 'Porto berechnen' section with a 'Portokalkulator' button and a 'Briefmarken kaufen' section displaying various postage stamps and products with their prices (e.g., 0,45, 0,90, 2,20, 0,55, 1,45). Under 'Versenden', there is a 'Filialen und Briefkästen finden' section with a magnifying glass icon and a table of search options: 'Filialen / Briefkästen finden' (PLZ suchen), 'Sendung verfolgen' (Porto drucken), and 'E-Postbrief versenden' (Nachsendeauftrag). Under 'Empfangen', there is a 'Produkte' section listing services like BriefPostkarte, Brief International, and DHL Paket. Under 'Werben', there is a 'Produkte' section listing services like Mobile Services, Handyporto, Büchersendung, and Abholservice. At the bottom of the page, there is a 'Post mobil' button with a smartphone icon and a 'News' section with a date and headline: '02. Nov. 11: Deutsche Post und IBM kooperieren beim E-Postbrief'. The footer of the browser window shows 'deutsche post' and 'Aktuelle Nachrichten'.