

Multimediedesigner
Uddannelsen på
Esbjerg Edb-skole
Hold: mdu-v1-01



CD-Planetariet

Afleveret af

Anders E. Jessen
Jess B.F. Hansen
Torsten B. Fix

Indholdsfortegnelse

Indledning	3
Problemformulering:	3
Projektgrundlag:	4
Strategi-analyse	4
Interessent-analyse	6
Interessent	6
Risiko-analyse	7
Projektplan	8
Organisationen nu	11
Funktionsprincippet	12
Kombinationsprincippet	13
Vores arbejdsdelingsplan	14
Linieprincippet	14
Det funktionelle princip	15
Linie- og stabsprincippet	16
Projektorganisation	17
Matrixorganisation	17
Beskrivelse af nuværende organisation	19
Problemer med den nuværende organisation	22
Målgruppeanalyse	25
Pædagogiske principper:	27
Kort synopse	31
Lang synopse	32
Konklusion	35

Indledning

Illustreret Videnskab har planlagt at der, over en mindre årrække, skal udvikles cd-rom'er til undervisning om solsystemet. Disse cd-rom'er vil blive vedlagt bladet. Vores firma har vundet retten til at udvikle og producere den første cd-rom i rækken. Yderligere vil der blive udviklet en rapport som redegørelse for vores overvejelser i forbindelse med udviklingen af produktet som vil blive fremlagt styregruppen. Det færdige produkt skal primært henvende sig til den fastsatte målgruppe, som er unge i alderen 14-17 år.

Illustreret Videnskab har i forbindelse med denne produktion, udbedt sig løbende opdateringer i henhold til vores udvikling af denne cd-rom, deriblandt hvordan vores organisationsopbygning i firmaet ser ud – på nuværende tidspunkt og om 5 år.

Denne produktion skal munde ud i et produkt der differentierer sig fra tidligere produktioner af denne art, ved at være lettilgængelig, lærerig og ikke mindst underholdende. Med det færdige produkt vil forlaget være i besiddelse af en cd-rom løsning der ikke alene møder deres krav, men også er nyskabende.

Projektets arbejdstitel: Alpha CD

Problemformulering:

Opgaven lyder på at følgende skal laves:

1. Organisation

Begrundet valg af den organisation vi starter "virksomheden" med, og hvordan vi forventer den vil se ud om 5 år. Foruden det en beskrivelse af de centrale organisations processer, kulturer der bruges i forbindelse med udviklingen af Cd-rommen.

2. Projektstyring

Indeholdende overvejelser omkring projektstrategi, de involverede interessenter, samt projekt risici. Foruden det skal rapporten indeholde en projektplan indeholdende faselinier til at angive væsentlige faser i projektforløbet.

3. Kommunikation

Der skal defineres en målgruppe, redegøres for valget af denne. Udfra valget af målgruppen skal de kommunikative virkemidler og pædagogiske principper vælges / tilpasses.

4. Multimedie design

Der skal laves en Cd-rom omhandlende solsystemet og dets legemer. For at lave det skal der foretages analyser af målgruppen, hvorpå der udarbejdes en kort og lang synopsis, som igen bruges til udarbejdelse af storyboards og skitser. Til sidst skal der tages stilling til interaktive medier indenfor formidling og undervisning i relation til produktet.

Med udgangspunkt i storyboards og skitser, udarbejdes en anskuelsesmodel der skaber en illusion af det færdige produkt. Anskuelsesmodellen skal have en sådan detaljegråd at kunden kan træffe valget om forsat samarbejde.

Design delen afsluttes med et struktur-diagram der viser navigationen i produktet.

Projektgrundlag:

For at lave et produkt og tilhørende rapport skal der et projekt grundlag til. Grundlaget består af strategianalyse, interessentanalyse og en risikoanalyse. De skal danne grundlaget for hele projektet.

Strategi-analyse

Vi finder det naturligt at give opgaverne til dem der er bedst til at udføre dem. Dette vil i sidste ende give et stærkt produkt.

Af ulemper kan nævnes at de i gruppen der ikke har den store erfaring indenfor et givet område ikke vil lære så meget som hvis han alene var sat på opgaven.

Mål/vilkår	Særlig styrke	Særlige svagheder	Mulige beslutninger
Teknik	Rimelig/meget stærk	Director 8.0	Læse selv
Udviklerne	Teknisk stærke	Teoretisk viden Lav motivation	Teknisk godt pro- dukt/ lægge mere vægt i det teoretiske
Resultatet	Et stærkt produkt	Mindre rapport – knap så omfattende	Læg vægt på de sva- ge sider, uden at tage fokus fra de stærke
Brugerne	Teknisk begavede/ videbegærlige	Lav tålmodighed	Så flot et produkt som muligt
Omgivelserne	God mulighed for vejledning	Undervisningsniveauet er ikke tilstrækkelig højt	Benytter vejlederne i det omfang det er muligt. Resten selv- studie

Teknisk set står vores firma meget stærkt i og med at vores ekspertise i de forskellige programmer der skal benyttes er stor. Den eneste svaghed der dog er, består af det begrænsede kendskab til en af de essentielle programmer, Director 8.0. Dette vil vi dog rette op på ved korrekt brug af programmet som vi vil få nærmere kendskab til gennem læsning af ”Director 8 and Lingo”.

Som udviklere står vi, som før nævnt, meget stærkt rent teknisk, hvorimod vi ikke er specielt stærke i den teoretiske del af projektet. Som en direkte konsekvens heraf er motivationen for denne del naturligt nok ikke særlig stor. Det vil vi søge at rette op på ved at gå så meget i dybden som muligt med det teoretiske, uden at dette dog skal gå ud over den tekniske del.

Det endelige resultat skulle gerne munde ud i et stærkt produkt som vil være det vi, naturligt nok, vil lægge mest vægt på. Den dårlige side af dette vil klart være, at den endelige rapport vil bære præg af denne fordeling af ressourcerne. Løsningen ville så igen være at fokusere mere på det teoretiske end den tekniske del, dog uden at den tekniske del bliver nedprioriteret.

De slutbrugere som vil komme til at opleve det endelige produkt vil, med udgangspunkt i vores fastsatte målgruppe, netop være både teknisk begavede og kobler man det med videbegærlighed vil vores produkt ramme rigtigt. En svaghed vil dog være at brugeren ikke har tålmodighed til et produkt der ikke rammer rigtigt. Fanger man ikke brugeren med sit produkt, så har man et problem. Det vil selvfølgelig være så godt som umuligt at ramme samtlige brugere, men stiler man efter at lave så flot et produkt som muligt, vil man også ramme langt de fleste brugeres smag.

I forbindelse med projektet er der gode muligheder for vejledning fra styregruppen. Det vil der blive gjort så meget brug af som muligt.

Interessent-analyse

Formålet med denne analyse er, at identificere de interessenter der er i dette projekt og de mulige, ikke-aftalte, handlinger der kan opstå.

<i>Interessent</i>	<i>Interesse i projektet</i>	<i>Mulige handlinger</i>	<i>Projektets forholdsregler</i>
Projektgruppen	Projektet bliver der bedste mulige produkt	Projektgruppen arbejder hårdt på at nå målet	Sørge for at arbejdet fordeles optimalt mellem medlemmerne i projektgruppen
Styregruppen	Alle krav til projektet bliver opfyldt	Indkalde til møder og vejlede projektgruppen	Tage rådene til efterretning og om nødvendigt implementere dem i projektet.
"Illustreret Viden-skab"	Et forbedret salg af blade samt et kvalitetsprodukt der giver basis for fremtidige produktioner.	Der stilles høje krav til kvaliteten. Eventuelle ændringer i kravspecifikationen.	Vi tilpasser produktet på bedst mulig vis til de nye krav. Evt. indgås der kompromis.

Brugerne	At lære noget og lade sig underholde	Kasserer produktet, nægte at købe bladet.	Vi lærer af erfaringen og laver ikke den samme fejl igen (håber vi)
”konkurrenter”	At projektgruppen ikke opfylder kravene så godt som de gør	At de prøver at få ændret kravene til produktet så det falder til deres fordel.	Påpeget dette overfor Illustreret Videnskab og indgår evt. i dialog med dem.

Risiko-analyse

Nye tekniske platforme

Vi mener ikke at chancen for at dette sker er ret stor, skulle dette ske er vi på grund af de muligt fatale ændringer i programmer og platform nødsaget til at indgå i en dialog med Illustreret Videnskab omkring ændringer i den oprindeligt kravspecifikation.

Frafald af udvikler

Vi mener vi har en stærk og viljestærk projektgruppe, derfor mener vi risikoen for frafald er lille. Skulle dette alligevel ske vil konsekvenserne være alvorlige, men vi mener også at problemet kunne løses ved at fordele arbejdet mellem de resterende gruppemedlemmer.

Tab af data

Risikoen for dette er stor. Løsningen på problemet ville være at alle gruppemedlemmer havde opdaterede sikkerhedskopier af alt data vedrørende projektet. Har vi ikke en backup af projektet ville konsekvensen være fatal, og ville betyde meget meget lange aftener.

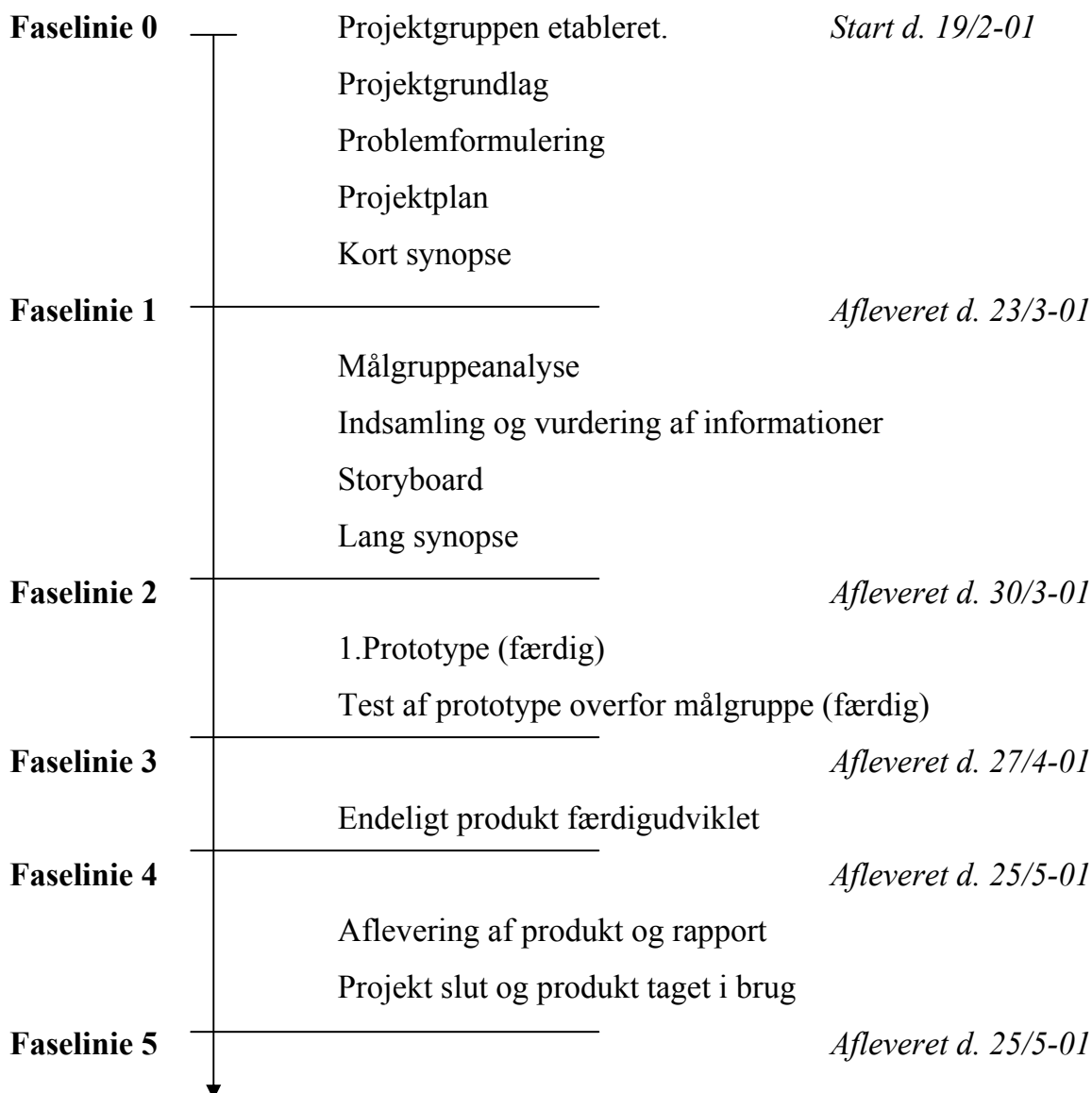
Naturkatastrofer

Risikoen for dette er lille – meget lille. Vi vil derfor efter bedste evne prøve at reetablere de tabte dele af projektet, og efterfølgende færdiggøre projektet.

Projektplan

For at planlægge arbejdet er det nødvendig med en eller anden form for styring, denne styring kan f.eks. være ved hjælp af en projektplan som vi har lavet det.

Tidslinie



Faselinie 0 (Start: Uge 8):

Projektstart.

Produkt: Projektplanen

Produktets indhold/omfang: Produktet skal give et overblik over projektets forløb.

Kriterier for vurdering: Projektgruppen skal være etableret og fungere uden problemer. Projektgruppen skal overholde de regler der er fastsat i projektet.

Procedure for vurdering: Der foretages review af projektplanen. Dette foretages af projektgruppen i samarbejde med et medlem af styregruppen i uge 12.

Faselinie 1 (Grundlæggende analyse: Uge 12):

Produkt: Projektgrundlag fastlagt, problemformulering, plan over faser og faselinier, kort synopse.

Resultater: Svagheder, styrker og beslutninger på grundlag af disse, er blevet foretaget i projektgruppen.

Kriterier for vurdering: Problemformulering skal være formuleret. Denne plan over faser og faselinier skal være færdiggjort. Kort synopse skal være udarbejdet.

Procedurer for vurdering: Der foretages et review af de færdiggjorte dokumenter af projektgruppen og et medlem af styregruppen. Dette review foretages i uge 12.

Faselinie 2 (Udvidet analyse: Uge 13):

Produkt: Målgruppeanalyse foretaget, indsamling og vurdering af information afsluttet, storyboard færdiggjort, lang synopse udarbejdet.

Kriterier for vurdering: Målgruppeanalyse færdig, indsamling og vurdering af information afsluttet, storyboard færdiggjort, lang synopse skal være udarbejdet.

Procedurer for vurdering: Der foretages et review af de færdigskrevne dokumenter af et medlem af styregruppen og hele projektgruppen i uge 13.

Faselinie 3 (Prototypeudvikling: Uge 17):

Produkt: Udvikling af kriterier til informationsniveauet i selve produktet, første prototype færdigudviklet, målgruppetest af prototype færdiggjort.

Kriterier for vurdering: Målgruppens informationsbehov fastsat og sprogbrug valgt, første prototype færdigudviklet og klar til målgruppetest, målgruppetest af første prototype færdiggjort.

Procedurer for vurdering: Der foretages et review af ”Kriterier til informationsniveauet”, hvilket foretages af projektgruppen, der foretages en test af første prototype, dette udføres af et udsnit af målgruppen. Test samt review skal færdiggøres inden udgangen af uge 17.

Faselinie 4 (Produktudvikling: Uge 21):

Resultat: Færdigudvikling af det endelige produkt

Kriterier for vurdering: Det endelige produkt skal være færdigudviklet, brugbart og leve op til de specifikke systemkrav der er stillet til produktet.

Procedurer for vurdering: En mindre test skal være foretaget af projektgruppen senest i denne uge (uge 23).

Faselinie 5 (Afslutning: Uge 21):

Resultat: Rapport og endeligt produkt udfærdiget og afleveret.

Kriterier for vurdering: Produkt taget i brug

Procedurer for vurdering: Produktet testes gennem brugen af det, af den tilsigtede målgruppe og af styregruppen i den efterfølgende tid efter færdigudviklingen.

Organisationen nu

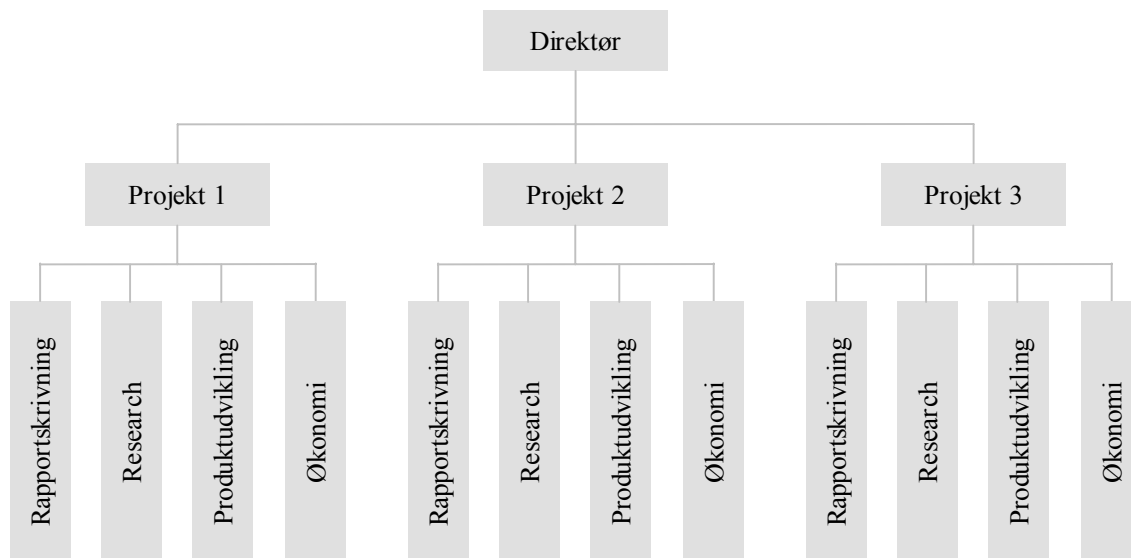
For at få et ordentligt kvalitetsprodukt med den fornødne alsidighed er det derfor også nødvendigt, at de der udvikler produktet, er organiseret på den bedste måde. Spørgsmålet er så, hvilken organisationsmodel der vil virke bedst for både gruppen og for udviklingen af produktet. For at finde ud af hvilken model der vil være bedst egnet vil vi efterfølgende gennemgå nogle af de organisationsmodeller der er relevante for dette projekt.

Objektprincippet:

Følgende figur viser vores organisation, som den ville have set ud, havde vi brugt objektprincippet. Princippet fungerer ved, at en virksomheds organisation deles op efter de produkter, der produceres. Således forefindes hver funktion i hvert enkelt objekt. Dette bevirker, at produktionen af hvert objekt fungerer som en selvstændig lille virksomhed. Dette kan være med til at løfte arbejdsmoralen og dermed effektiviteten.

Objektprincippet bringer også en række ulemper med sig. Direktøren i en virksomhed kan have svært ved at have et overordnet overblik, og må derfor stole fuldt og fast på sine souschefer. Dette, sammen med det faktum, at de forskellige souschefer kan arbejde efter differentierende principper, er yderligere med til at forstyrre arbejdsgangen. Derudover kan det være svært at gøre brug af specialister, fordi de i reglen kun kan koncentrere sig om ét projekt.

Vi har i vores virksomhed valgt at se bort fra objektprincippet, når vi har skullet skitsere vores organisation, fordi modellen er baseret på en kontinuerlig produktion frem for en udvikling. Havde vi valgt at benytte os af modellen, ville vi være nødsaget til at hyre og fyre medarbejdere, for derefter at genansætte dem til næste projekt.



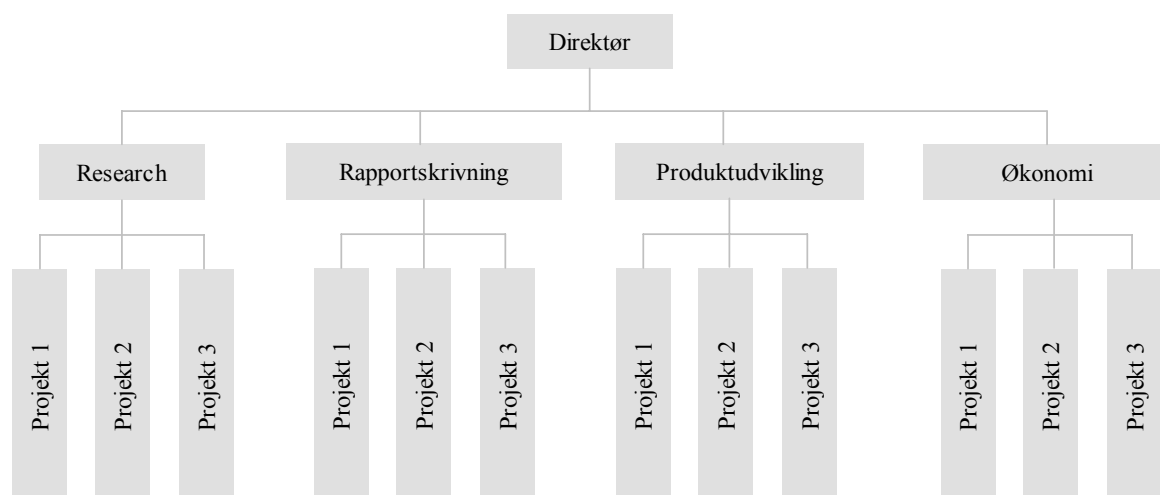
Funktionsprincippet

Idéen bag funktionsprincippet er, at man opdeler arbejdsgangen efter de opgaver, der hører til produkterne. Herved opnås en større mængde af ensartede opgaver, hvilket løser en række af de problemer, der opstod i objektprincippet. Det er nu hensigtsmæssigt at ansætte specialister.

Et eksempel: En grafiker har lavet en avanceret animationsfilm i et 3D-animationsprogram, som nu skal renderes. Havde virksomheden benyttet sig af objektprincippet, ville grafikerens muligvis kun have adgang til en enkelt maskine, men fordi funktionsprincippet giver stordriftsfordele, kan han få adgang til specielt kraftige maskiner, da de forskellige projekter deler ressourcerne mellem sig.

Alle afdelingerne er indbyrdes afhængige. Derfor kan det være vanskeligt for den enkelte afdeling at præcisere mål, fordi afdelingens arbejde altid indgår i en større sammenhæng. Til gengæld er det lettere for virksomheden at fremstå som en enhed, fordi alle spørgsmål relevante for den enkelte afdeling er underlagt en fælles ledelse.

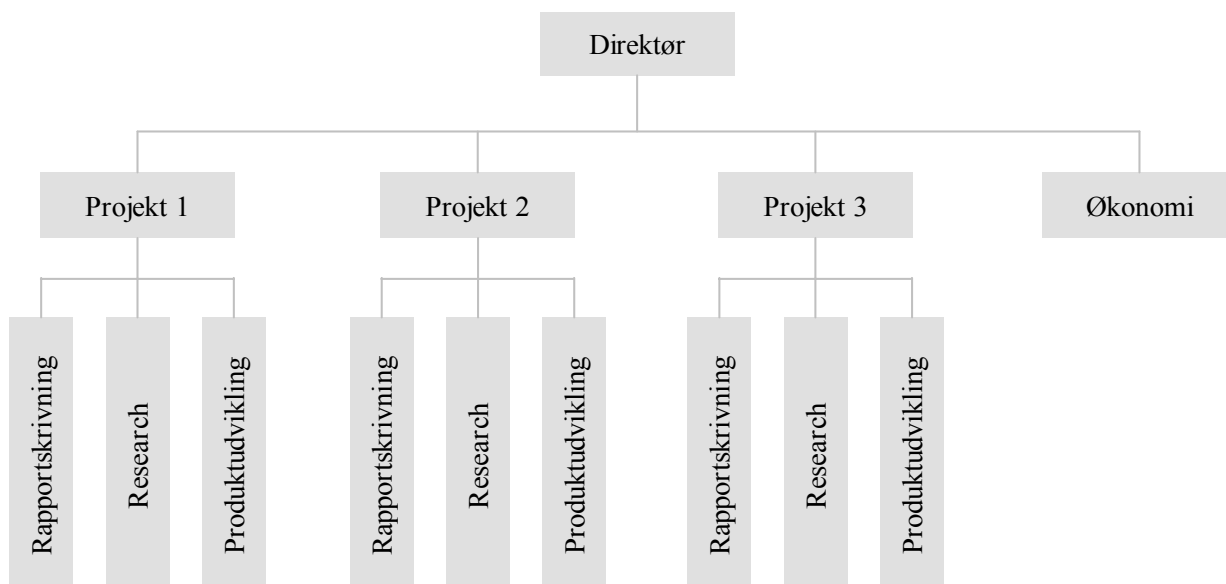
Funktionsprincippet må siges at være den optimale model for vores virksomhed. Ved at benytte os af denne kan vi lave projektgrupper, hvilket vi vil komme nærmere ind på senere. Derimod *kan* det være hensigtsmæssigt at underlægge alle afdelinger den samme økonomi-afdeling.



Kombinationsprincippet

Kombinationsprincippet giver virksomheder mulighed for selv at sammensætte deres organisation.

Dette kan f.eks. gøres, som vist på nedenstående figur, ved at flytte en funktion væk fra sin oprindelige plads blandt produkterne, så den fremstår som en selvstændig enhed.



Vores arbejdsdelingsplan

Vi er som man kan se på figuren kun tre stiftere, dette giver derfor en flad organisation hvor alle ansatte er stillet lige. Vi er nød til at gøre det på den måde da alle har et overordnet ansvar, og da der ikke er brug for en direktør på nuværende tidspunkt.

Vi har valgt at skitsere vores arbejdsdeling som på nedenstående figurer, som de ser ud hhv. nu og om 5 år (forventet). Da vores virksomhed på nuværende tidspunkt kun består af tre personer, har vi valgt at deles om arbejdsopgaverne. Samtidig har vi fundet, at vores opgaver vedr. økonomi og reklame endnu er af en sådan grad, at de kan varetages af en enkelt person.

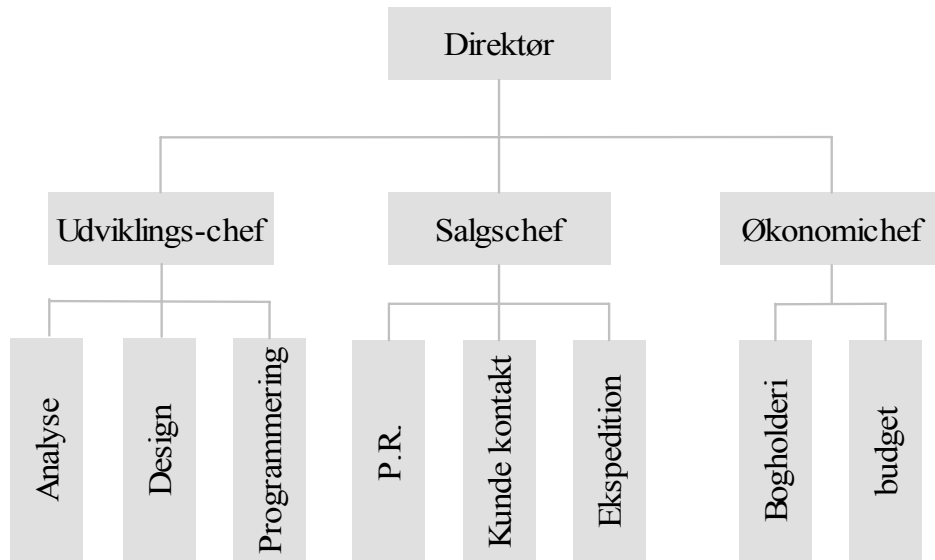


Linieprincippet

Fordelen med linieprincippet (skitseret nedenfor) er, at hver medarbejder kun har én direkte overordnet. Derfor ved medarbejderen altid, hvem han skal rapportere til, og hvem han står til ansvar overfor.

I den ideelle situation fungerer princippet ved, at en ordre mellem niveauer skal gå via alle mellemniveauerne. Dette vil i mange tilfælde medføre et stort tidsforbrug og i nogle tilfælde fejlfortolkning af ordrer. Derfor skaber mange virksomheder ofte et antal kommunikationslinier på tværs af den ”officielle” kommandolinie.

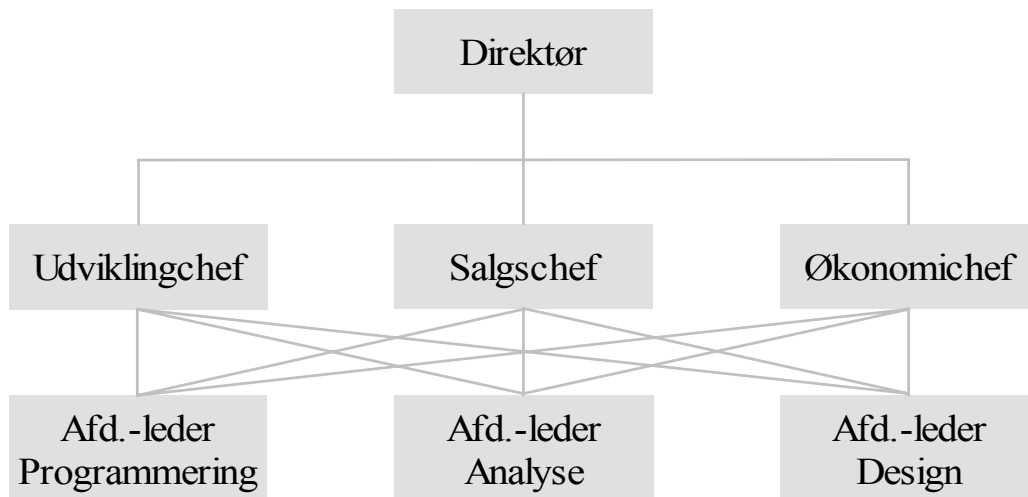
Samtidig forudsætter linieprincippet ofte, at hver afdeling optræder som en selvstændig enhed. Dette opfyldes dog også sjældent, da der i de fleste virksomheder ofte vil opstå situationer, hvor de forskellige afdelinger er nødt til at samarbejde.



Det funktionelle princip

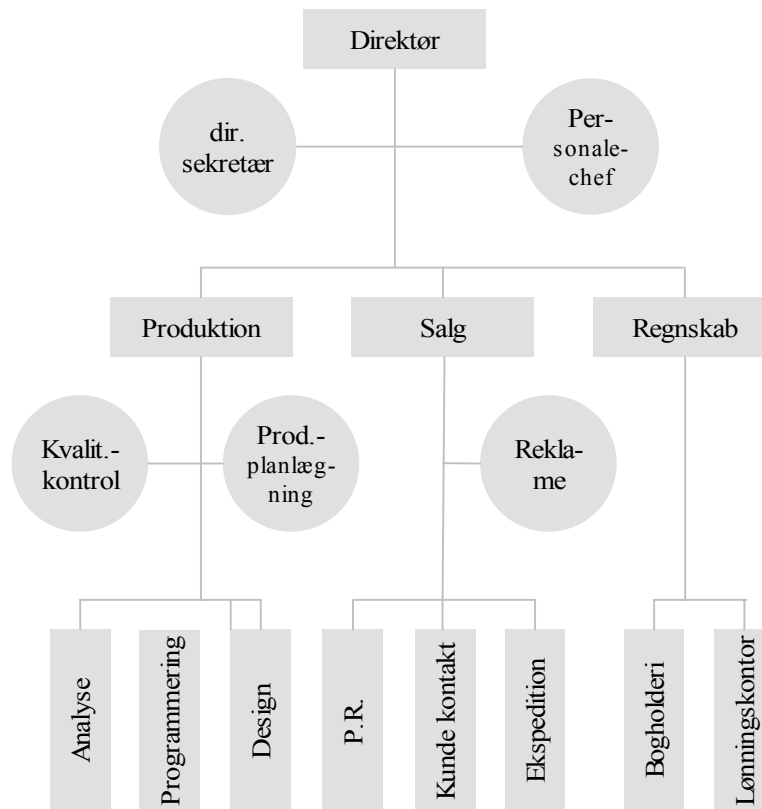
I modsætning til linieprincippet er det funktionelle princip karakteriseret ved, at hver medarbejder har flere overordnede. Dette skaber dog den ulempe, at ordrer fra flere overordnede om løsningen på det samme problem kan skabe konflikter, idet de overordnedes ordrer kan være modstridende.

Der er mulighed for at dele specialisternes ekspertise mellem de forskellige afdelinger.



Linie- og stabsprincippet

Formålet med dette princip er at kombinere de to foregående principper, således at fordelene forenes, samtidig at ulemperne mindskes.



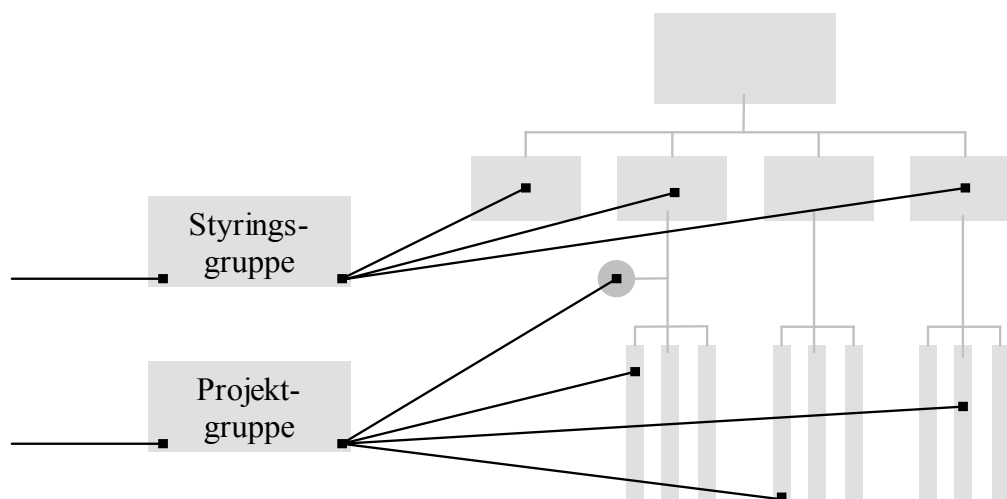
Nyere organisationsmodeller, ad.hoc modellerne

De nyere organisationsformer er en udvidelse af de traditionelle modeller fra forrige afsnit. De nye modeller er en bedre løsning for et tværfagligt samarbejde. Ved de traditionelle organisationsformer skubbes beslutningsansvaret opad i hierarkiet, samtidig med at kommunikation mellem de forskellige afdelinger foregår via lederne. Dette giver det problem, at hvis flere afdelinger får problemer, og løsningen af alle disse problemer ligger hos den samme person, nemlig lederen, opstår der flaskehalsproblemer, fordi kapaciteten til at løse og koordinere problemerne er for lille. Ved ad hoc-modellerne løses problemerne i højere grad i fællesskab i de enkelte afdelinger.

Projektorganisation

Figuren nedenfor illustrerer, hvordan man ud af en traditionel basisorganisationsmodel danner en ny projektorganisation ved at udvælge medarbejdere fra den eksisterende model og derved danne grupper til løsning af det enkelte projekt. Herved opnås den fordel, at medarbejderne arbejder tværfagligt, dvs. på tværs af afdelingernes daglige arbejdsgang. Ydermere kan man, fordi hver medarbejder bliver håndplukket til opgaven, i høj grad udnytte specialistviden.

Derimod er det et problem, at medarbejderen så at sige skal arbejde to steder samtidig, hvilket kan skabe en nedprioritering af det arbejde, som interesserer medarbejderen mindst. Derudover kan det skabe frustration for medarbejderen, at han i reglen har to overordnede – både en afdelings- og en projektleder.

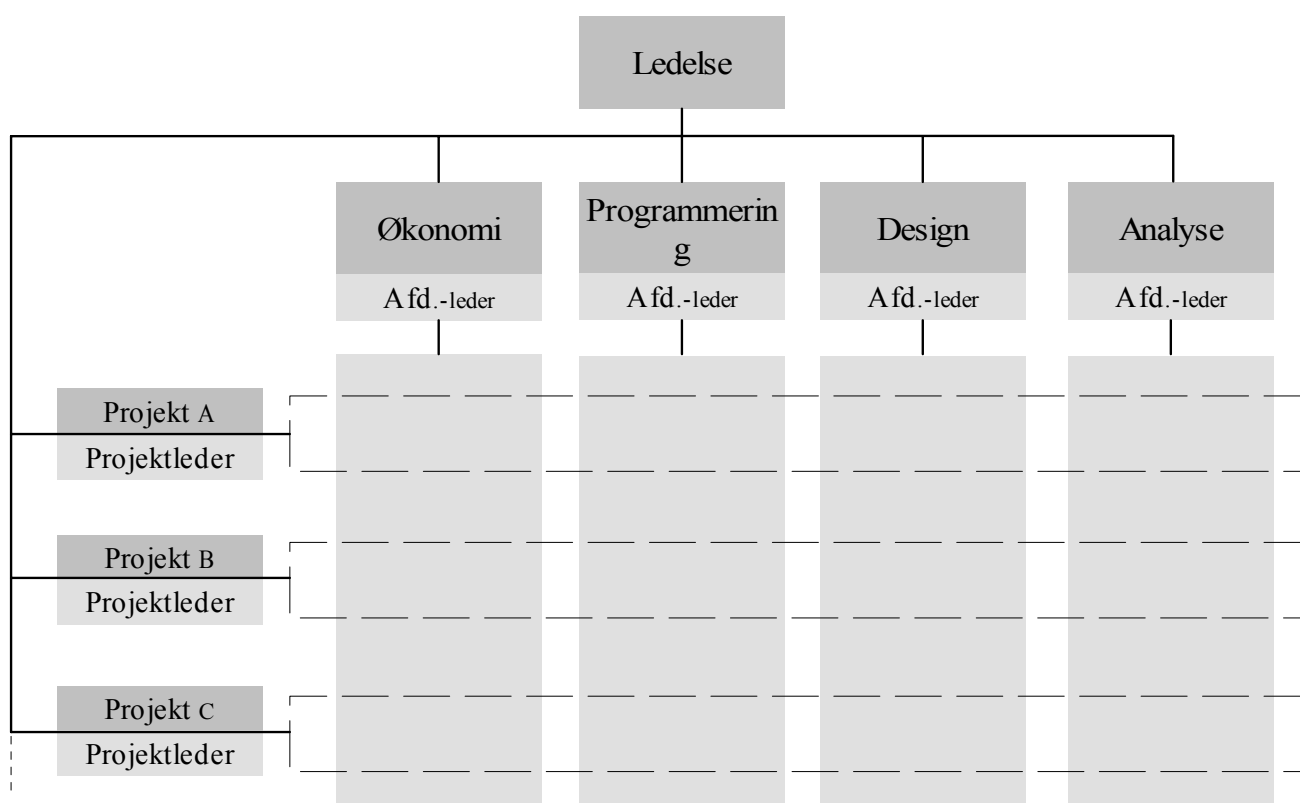


Matrixorganisation

Matrixorganisationen er bygget op af en lodret og en vandret del. Den lodrette skal forestille selv organisationens afdelinger, mens den vandrette udelukkende viser projektgrupper. Man putter således folk fra hver afdeling sammen i projektgrupper, når der er behov for dette. Dette giver medarbejderen en dobbeltrolle, idet de både er medlem af deres almindelige faglige gruppe, men samtidig er del af én eller flere projektgrupper i en begrænset periode. Dette stiller store krav til medarbejdernes omstillingsevne, fordi de (i øvrigt ligesom ved projektorganisation) har mere end én leder. Da lederne kan have forskellige måder at dele de faglige ressourcer på, kan dette være en kilde til konflikter.

Fordelene ved matrixorganisation lægger sig tæt op ad fordelene ved projektorganisationen. Begge former lægger op til udnyttelse af specialister, samtidig med at medarbejderne for afveksling i arbejdet.

Den primære forskel på matrix- og projektorganisationen er, at hvor man i projektorganisationen skal vide hvilke personer fra hvilke afdelinger, man skal have fat i, er dette indbefattet i selve definitionen på matrixorganisationen..



Matrixorganisationen er den optimale organisations form til vores firma. Den benytter nemlig projekt grupper som den primære arbejdsform. Der hentes folk fra de forskellige afdelinger i virksomheden og de skal så arbejde sammen om et produkt. Fordelene ved denne organisationsform er bl.a. at der gøres brug af specialistviden, hvilket er med til at højne niveauet hos de andre ansatte. Det kan ligeledes forbedre arbejdsmorale hos de andre ansatte.

Matrixorganisationen giver også mulighed for at benytte flere medarbejdere til flere forskellige projekter. Dette kan igen gøre at de ansatte ikke føler at de sidder og laver ”samlebånds arbejde”.

Desværre er der også ulemper ved denne organisationsform, et af dem, og vel nok den største, er at en ansat kan få en så interessant opgave at han skubber de andre projekter til side. Desuden kan der være ansatte der får stress af at arbejde i forskellige projektgruppe med forskellige projekt ledere. Der kan også opstå problemer mellem projekt lederne og afdelingslederne over fordelingen af de faglige ressourcer.

Beskrivelse af nuværende organisation

I den nuværende organisation er de forskellige ansvarsområder fordelt på hver medarbejder. At være ganske få i et firma har forskellig indvirken på både strukturen, styringen og kulturen i organisationen. I vores nuværende organisation er der nogle fordele og nogle ulemper i forhold til strukturen, der kan opstilles således.

Fordele	Ulemper
Kommunikationsvejene er korte	Svært at skelne mellem flere projekter
Tæt samarbejde	Hvis en medarbejder forlader firmaet under et projekt
	Manglende interesse for arbejdet fra en af medarbejderne

Information internt i firmaet er også en væsentlig del af organisationen, men med så få medarbejdere er dette ikke noget større problem. Når tre mennesker arbejder så tæt sammen er det kun naturligt at man snakker sammen og dermed deles om den information der er tilgængelig. Fordele og ulemper kan også stilles op på en anden måde, nemlig i stærke og svage sider, og muligheder og trusler. (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

S	W	O	T
Tæt samarbejde	Sårbar over for sygdomme	Store markeder	Mange konkurrenter
Teknisk stærke	Ikke mere end 1-2 projekter ad gangen	Stor viden gør, at vi har mulighed for teknisk svære opgaver	Uloyalt marked
De ansatte er medstiftere, hvilket gør at motivationen er i top	Kun 3 til at bearbejde ideer mv.		

Strengths

- Vi mener at det tætte samarbejde er en af det styrker vi har. Grunden til det er en styrke er at medarbejderne arbejder tæt op af hinanden og udveksler erfaringer.
- Vi har stor interesse og erfaring indenfor computere, Internet, og hjemmesider, og mestre derfor de programmer der er relevante for at køre en multimedie virksomhed.
- De tre nuværende ansatte har været med til at stifte virksomheden, hvilket gør at motivationen er i top. De ønsker alle at det skal gå godt for virksomheden og vil derfor arbejde hårdt for at få den op at stå.

Weaknesses

- Da der kun er tre ansatte i virksomheden er vi meget sårbare overfor sygdomme eller lign. Længerevarende sygdom under et projekt kan betyde at der ske en total omstrukturering af arbejdet eller at der skal ansættes en ekstra person.
- Da vi er så få i virksomheden kan vi kun påtage os en til to opgaver ad gangen.
- Der skal foretages en del brainstorming og ide-forarbejdning for at lave et helt gennemført multimedieprodukt. Dette kan blive et problem for tre personer.

Opportunities

- Den bedste mulighed virksomheden har er det ufatteligt store marked der er for bl.a. hjemmesider, cd-rommer, og andre multimedieproduktioner.
- Da markedet hele tiden ændrer sig i en mere avanceret og mere teknisk krævende retning, har vi en fordel ved at vi interesserer os for vort arbejde og følger derfor de nye trends indenfor Internet og multimedier.

Threats

- Da Internettet er et meget stort og meget hurtig medie, er det kun de bedste virksomheder der overlever. Det gør at vi får nogle svære konkurrenter. Der findes mange firmaer som os, med de samme kvalifikationer.
- Kunderne på et hurtigt marked som har med Internet og multimedia at gøre, er meget uloyale, dvs. at virksomheden kun er så god som deres sidste produktion.

Strategi

Vi tilpasser os kundens ønsker og foretager markedsundersøgelser så vi rammer kundens målgruppe perfekt med et teknisk stærkt produkt.

Et andet vigtigt element i vores virksomhed er den interne kultur. Kan de ansatte ikke klare at arbejde sammen med hinanden fungerer virksomheden ikke optimalt. For at forbedre og styrke kulturen i virksomheden kan man eksempelvis starte ugen med morgensang, og fælles morgenmad.

På grund af mængden af ansatte i vor virksomhed er behovet for at skabe en loyalitet overfor virksomheden ikke særlig stor. Vi går også ud fra at normerne er stort set ens hos de tre ansatte, da de alle er enige om at få startet en virksomhed, og er villige til at gå på kompromis med de andre for at fremme virksomheden. Dette betyder ikke at vi ikke kan indføre fælles normer, som f.eks. "Vi ønsker ikke at lave pornosider."

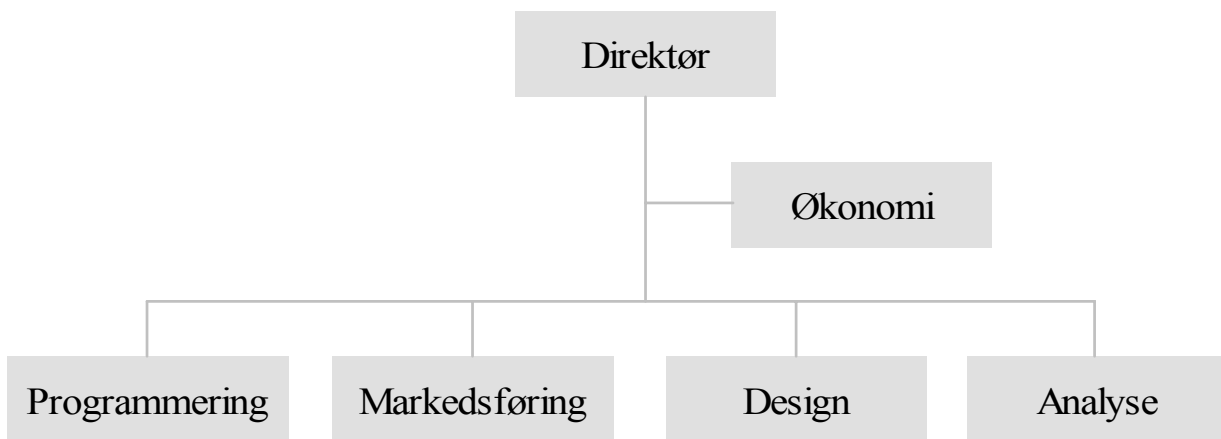
Problemer med den nuværende organisation

Hvordan passer vores strategi så når der bliver ansat flere?

Strategien er måske en smule ideologisk men, vi forventer at den vil holde. I starten kan det være svært at få foretaget alle de nødvendige markedsanalyser, men vi mener det er det der kan skille os fra mængden af de små og ”useriøse” firmaer der ikke har ressourcer til at foretaget disse analyser.

I fremtiden kan vi forstærke denne analyse ved at ansætte folk specifikt i denne afdeling af virksomheden. Dette vil kun forbedre analysen, teknikken, og hastigheden af færdigudviklingen af et produkt, og på den måde fastslå vores position på markedet.

Om fem år forventer vi firmaet har så meget arbejde at vi har ansat flere folk i de enkelte afdelinger så de kan deles op på følgende måde:



De tre der grundlagte firmaet har valgt en der skal fungere som direktør, de to andre er så blevet chefer for analyse og design afdeling. I de andre afdelinger er de ansatte der har kvalifikationer og anciennitet blevet chefer i forbindelse med udvidelse af de pågældende afdelinger. Der benyttes stadig matrixorganisation.

Informationen imellem de ansatte fungerer ikke som det gjorde da der kun var tre ansatte. Der er blevet indført en bedre styring, hvor cheferne har jævnlige møder, og sender interne e-mails hvis der er information der skal cirkuleres mellem dem. Cheferne informerer derefter

ter deres medarbejdere med den information der er relevant for dem. Information der omhandler virksomheden og dem alle, bliver lagt på virksomhedens Intranet side.

En ulempe ved denne måde at sprede information på kan være at de ansatte ikke føler de får indsigt i firmaets problemer, succeser mv. Det kan desuden være med til at isolere cheferne samt direktøren. Den eneste måde man kan afhjælpe dette er ved at give den enkelte mere information. Dette kunne gøres ved at cheferne modtager informationerne og så løbende opdatere den interne hjemmeside. Det vil give medarbejderne mulighed for hele tiden at følge med i hvad der sker i "toppen" af firmaet, hvis de ønsker det.

Alle beslutningerne tages af cheferne i samarbejde med direktøren. Projekt lederen har også et delvist ansvar. Projekt lederne har bl.a. bedre føling med om der skal bruges nye eksperter.

Da der kan ske meget på fem år indenfor computere og Internet, er det meget svært at forudsige hvordan markedet ser ud. Vi forestiller os at Internettet vil fortsætte som det er i dag, det kører bare hurtigere hvilket betyder at der kan komme en større mængde information ned til de enkelte brugere. Denne fart betyder også at slutbrugerne kan hente film og musik med samme hastighed som vi i dag henter tekst. Det betyder derfor at det vi i dag kender som en hjemmeside vil forandre sig over i retning af hvad vi kender som en cd-rom, dvs. mere film og lyd. Som noget nyt er det muligt at komme på Internettet på flere forskellige måder, vi har i dag hørt om telefoner, tv og sågar køleskabe med internetforbindelse. Dette er en udvikling der sikkert også vil fortsætte, man kan forstille sig at der er muligt at slukke lyset på badeværelset fra arbejdspladsen, sætte DVD'en til at optage en udsendelse kl. 14:23 den samme eftermiddag.

Vor virksomhed vil naturligvis følge med den udvikling der sker og tilpasse den. Denne udvikling er ikke noget der sker fra dag til dag, derfor har vi mulighed for langsomt at tilpasse produktionen sådan at kunden stadig kan få et målrettet kvalitets produkt.

Denne udvikling kan naturligvis flytte arbejdsbyrden mellem afdelingerne. Det skal så der kompenseres for ved at budgettere anderledes, så der evt. kan efteruddannes eller ansættes nye eksperter. Vurderingen omkring fordelingen af disse ressourcer skal foretages af cheferne, projektlederne, og ledelsen.

Kulturen i virksomheder vil meget naturligt ændre sig i takt med at der bliver ansat flere og flere. Man kan derfor ikke forvente at de har den samme kultur som de tre der startede virksomheden. Man kan derfor prøve at fremme kulturen ved at arrangere fælles firma udflugter, lave morgen samling en gang om ugen, osv. Dette vil ”ryste” de ansatte tættere sammen så de, i de normale arbejdsituationer kender hinanden, hvilket igen vil gøre det nemmere at samarbejde, og derfor fremme produktiviteten.

Normerne i virksomheden vil også ændre sig. Der er kommet flere mennesker til, med forskellige kulturelle baggrunde og holdninger.

De individuelle ansattes normer må naturligvis respekteres. Det kan de ved at flytte dem fra et projekt til et andet.

De gamle normer som de tre der startede virksomheden har, er efterhånden blevet til virksomhedens grundlov. Disse regler må en ansat respektere, såvel som virksomheden respektere deres.

Normerne skal dog ikke opfattes som noget negativt, tværtimod. De er med til at give indblik i hvad andre holdninger der er til produkter eller emner. Man kan endda vove at påstå at jo flere forskellige normer der forefindes i en virksomhed, jo nemmere er det at teste hvordan kunder vil reagere på et produkt.

Efter denne gennemgang af organisationen kan vi konstatere at organisationen på igen måde er perfekt i starten, men som virksomheden udvikler sig tilpasser man den, så den passer optimalt på det marked man befinder sig på. Et element vi ikke har taget i betragtning er globalisering. Det er meget muligt at markedet her i Danmark hurtigt bliver mættet. Er det tilfældet er vi nød til at søge andre markeder som f.eks. Tyskland, England, eller nogle af de gamle østlande. En anden mulighed er at udvide det område virksomheden beskæftiger sig med, hvilket kunne være interaktiv tv.

Internt i virksomheden vil der også ske ændringer. For det første vil alle afdelinger sandsynligvis få flere ansatte. For det andet vil nye markeder også kræve nye specialister, og nye afdelinger. I forbindelse med udvidelser må virksomheden hele tiden tænke på stress fakto-

ren hos de ansatte. Nye markeder kan skabe fortvivelse hos de ansatte hvis de ikke er blevet efteruddannet så de kan håndtere de nye opgaver.

Målgruppeanalyse

Den primære målgruppe er fastsat til personer i alderen 14-17 år. Efter en grundig brainstorm på målgruppen, fandt vi frem til den ovennævnte målgruppe. Valget faldt på denne målgruppe da de har en interesse i at lære noget nyt hele tiden, og de er samtidigt de bedst kyndige udi computere. Det vil også være med til at skabe et bedre salg for Illustreret Videnskab.

Målgruppens forventninger:

Målgruppe forventer et produkt der kan underholde dem mens de lærer noget omkring solsystemet

Krav til målgruppen

Der er naturligvis nogle krav til målgruppen for kunne anvende produktet. Det kræves at de har en computer til rådighed med et Microsoft Windows styresystem. Maskinen skal minimum være en Pentium 2 266 MHz med minimum 32 MB Ram, og så skal der være et cd-rom drev, og lydkort. Det kræves også at målgruppen kan finde ud af at navigere i et Windows miljø. Vi forventer at den største del af målgruppen har modtaget undervisning i skolen hvor de har lært at bruge en pc.

Målgruppe-karakteristikker

Navn: Peter Hansen

Alder: 15 år

Blev konfirmeret for et halvt år siden og fik penge til at købe en computer. Peter er efterhånden blevet fortrolig med Windows platformen og dens navigation. Når han er færdig med sine lektier bruger han mest computeren til at spille på og søge på Internettet med. Peter arbejder i fritiden. Han har en morgen avisrute hvor han distribuere Jyllandsposten.

Peter har kendskab til Illustreret Videnskab gennem skolen. Første gang han læse magasinet var i forbindelse med et projekt på skolen omkring mumier. Der opdagede han at der var nogle artikler omkring nogle nye planeter der lige var opdaget i et andet solsystem. Det vækkede Peters interesse og han læser jævnligt Illustreret Videnskab på biblioteket, foruden det har Peter opdaget at der er store mængder af information omkring universet på Internet-tet.

Når Peter er færdig med folkeskolen regner han med at starte i Gymnasiet, der vil han læse matematik, fysik og kemi. Når han så er færdig med gymnasiet tror han at han vil starte på Ingeniørskolen.

Navn: Lotte Poulsen

Alder: 17 år

Lotte går i 10. klasse og har en kæreste. Lottes forældre har en PC derhjemme som Lotte bruger når hun laver opgaver og afleveringer til skolen. Gennem et projekt i skolen om astronomi fattede Lotte interesse for emnet. Hun er interesseret i stjernetegn, og astrologi som hun bestræber sig at læse hver dag. Lotte arbejder tre eftermiddage om ugen på en tankstation.

Navn: Simon Petersen

Alder: 16 år

Simon er fra en rig familie. Hans forældre ejer et stort firma. Simon er stor fan af diverse sci-fi serier, men er også seriøst interesseret i astronomi og ser en masse programmer om det på The Discovery Channel®©. Simon's fremtidsplaner er at studere på universitetet og blive astronom. Simon bruger meget af sin fritid på at læse sci-fi relaterede bøger og er sammen med vennerne. Han har sit eget teleskop som han bruger mange aftener foran med at studere stjernebilleder- og konstellationer.

Navn: Svend Iversen

Alder: 14 år

Svend går på privatskole. Om et år skal han konfirmeres. Han har ikke ret mange venner da han interesserer sig for det overnaturlige og tror på fremmede fra det ydre rum. Svend er fascineret af tanken om liv på andre planeter. Som et forsøg på hele tiden at lære mere omkring emnet er han tit på biblioteket både for at låne bøger, men også for at bruge deres muligheder for søgning på Internettet.

Pædagogiske principper:

Denne Cd-rom produktion skal bruges til indlæring hos målgruppen. Vi har valgt at koncentrere os om aldersgruppen 14-17 år ud fra den foregående målgruppe analyse. Unge i denne aldersgruppe er typisk meget nysgerrige og videbegærlige og har dermed de bedste forudsætninger for at bruge vores produkt. Ud fra de mest kendte læringsteorier, har vi valgt den indlæringsmetode som passer bedst til det produkt vi vil lave. Det vigtigste i denne produktion er interaktiviteten, hvilket klart er med til at højne indlæringen hos brugeren. Dette ligger sig klart op ad den såkaldte "Virksomhedsteori" om at man kun lærer noget når man er aktiv og aktiviteten har et formål. I modsætning til "tankpasser-teorien" hvor der er én aktiv lærer der fylder på flere passive modtagere, er "Virksomhedsteorien" meget bedre egnet til et interaktivt læringsprodukt, hvor modtageren er aktiv og hvor afsenderen (produktet) ligeså er (inter)aktiv. Det endelige produkt vil også indeholde en quiz, hvilket gør brug af endnu en læringsteori, "Operant betydning" hvor "det der belønnes indlæres". Hvilket vil betyde at brugeren lærer noget hver gang han/hun besvarer et spørgsmål rigtigt, og bliver hermed ansporet til at fortsætte quizen og dermed også engagerede i indlæringen.

For at anskueliggøre de valg vi i gruppen har foretaget, mht. de kommunikative/interaktive virkemidler i forhold til vores produkt, vil vi i det efterfølgende kort ridse de teorier op, som ligger til grund for de valg vi har truffet.

Der findes mange traditionelle former for undervisning. Som udgangspunkt siger man gerne, at den mest kendte og anvendte form, klasseforelæsningsen, også er den mindst interaktive og kun gør brug af envejskommunikation. Derfor er den også ubrugelig som undervisningsform i et interaktivt dokument, men som sammenligningsgrundlag for andre undervisningsformer er den ideel, da den så netop er med til at illustrere det basalt nødvendige i

en undervisningsform der tilretter det undervisningsmæssige niveau til de der modtager undervisningen. Derfor er computeren i den forbindelse den bedste metode til dette formål. Det kommer vi ind på senere. Af andre traditionelle undervisningsformer kan nævnes den indbyggede dialog, hvor undervisningen bliver til samtale mellem lærer og elever. Gruppearbejde, hvor eleverne, efter oplæg fra læreren, går sammen i klynger for at løse en konkret problemstilling. Alle disse undervisningsformer mangler dog den alsidighed som computerbaseret undervisning har. Som et eksempel kan nævnes, at eleven kan sætte sit eget tempo i undervisningen, eleven behøver ikke at vente på undervisningen, men kan modtage den "on-demand". Den eneste umiddelbare ulempe ved denne undervisningsform, ligger i det pædagogiske grundsyn. I en computerbaseret undervisning, kommer udviklingen af det rent færdighedsmæssige, til at spille en større rolle end selve det at udvikle en forståelse for det lærte. Derfor er computeren som en enlig klasseunderviser langt fra ideel, men som værktøj under supervision af en lærer, er den langt bedre. Læreren vil således kunne sørge for at forbygge den manglende forståelse i undervisningen.

I relation til det produkt vi vil fremstille, er det netop ikke klasseundervisningen det i sidste ende er tiltænkt, men mere som et supplement til den eksisterende baggrundsviden som eleven har opnået gennem den almene undervisningen på klassen. Et produkt som eleven kan sidde med derhjemme og udforske på egen hånd. Ved at foretage dette valg, har vi i gruppen søgt at styre udenom det forståelsesmæssige aspekt af undervisningen ved at gå ud fra, at den forståelse allerede er etableret på klassen.

Som en direkte afledning af vores beslutning om produktets anvendelse i en selvlærings-situation frem for i en klassesituation opstår der et krav om et refleksivt rum, dvs.: der hvor eleven har mulighed for at sætte den nyopdagede information i forhold til den viden han/hun allerede har, og gøre det til en del af sin samlede viden. Det kan ske i forbindelse med arbejdet på klassen, sammen med kammeraterne eller i en samtale med læreren. I og med at han/hun får verificeret den nye information, bliver den automatisk omdannet til ny viden som eleven kan bruge fremover. Det der sker er det der i fænomenologien kaldes en omstrukturering af viden, set ud fra det synspunkt, at den viden eleven har i forvejen, muligvis er fejlagtig eller mangelfuld. Men med tilgang af ny viden bliver den eksisterende viden "overskrevet" og dermed er eleven blevet klogere end før. Ved at integrere det før-

nævnte refleksive rum i produktet kan eleven netop få bearbejdet sin nyfundne information og få den bearbejdet.

For at eleven skal kunne få så meget udbytte af produktet som muligt, er den interaktive del en vigtig faktor for indlæringen og ved at integrere information ind i en kombination af lyd, billeder og animationer skabes den bedste forudsætning for at indlæringen giver afkast. Ud fra et interaktionsmæssigt synspunkt findes der groft sagt fire forskellige slags multimedie-produkter, der henholdsvis indeholder: browsing (efter information), konsultation, spil og hypoteseafprøvning. Hvoraf den sidste er den mest avancerede form.

Browsing er den multimedie-produktion, der allermest ligner en opslagsdatabase og som gør brug af de mest basale elementer, såsom grafik, lyd og animation. *Konsultation* er hvad man kan kalde den udvidede udgave af browsing. Denne form for multimedie, er dog en anelse mere interaktiv i dens opbygning. En af dens hovedopgaver er at sørge for let og tilgængelig information for dens bruger.

Dog er en af de mere populære og hyppigt brugte interaktionsformer i et multimedie-produkt, *spillet*. Spillet kan have sjove og underholdende elementer, der holder ens målgruppe klistret til skærmen, men et spil kan også indeholde pædagogiske elementer som gør, at der læres så længe der spilles. Nogle gange kan indlæringen foregå mere eller mindre ubevidst, så brugeren efter endt spil faktisk finder sig selv, hvis ikke en del, så i hvert fald en smule klogere. Og det behøver ikke at være noget der sker lige efter spillet. Indlæring kan faktisk ske i op til meget lang tid efter, hvor brugeren pludselig får brug for et element, enten i hverdagen eller i en studiesituation, der kan henføres til det pågældende spil. Det kan også ske under selve spillet, hvis en del af præmissen i spillet er, at have akkumuleret en mængde information for at komme videre. Anvendelse af spil som et indlæringsværktøj går under betegnelsen *edutainment* (education og entertainment).

Som tidligere nævnt, er den mest avancerede form dog *hypoteseafprøvning*, hvor brugeren praktisk talt skal have mulighed for at søge efter al den information der skal bruges, uden at støde ind i nogen form for barriere; uden at blive hæmmet af produktets grænser. Informati-

onsmængden på et sådant multimedie-produkt vil være enorm og vil derfor reelt være en umulighed. Det eneste ”produkt” der tilnærmelsesvis vil minde om det vil være Internettet.

I et interaktivt multimedie-produkt er det en af de essentielle ting, formidlingen af selve produktets budskab. I den forbindelse taler man om fire forskellige fremstillingsmåder, i hvilken en præsentation kan placeres: (lyrisk), Episk, dramatisk og didaktisk.

Den *lyriske* fremstillingsmåde har i dette tilfælde ingen relevans, da den primært fokuserer på afsenderens udtryk hvilket ikke er interessant i indlæringsøjemed. Den *episke* fremstillingsmåde derimod, har større relevans. Der er der en fortæller imellem selve fortællingen og modtageren, som gør at der opstår det førnævnte refleksive rum som er med til at engagere modtageren i selve fortællingen og får vedkommende til tænke over begivenhederne i fortællingen.

Den *dramatiske* fremstillingsmåde gør ikke brug af det før omtalte mellemlid. Fortællingen opføres direkte foran modtageren, som eksempelvis i et teater, men henvender sig ikke til vedkommende personligt.

Som i lyrikken, er der i *didaktikken* en direkte forbindelse mellem afsender og modtager, men hvor man i lyrikken fokuserer på afsenderen, fokuserer man her på modtageren. Afsenderen henvender sig direkte til modtageren. Modtageren bliver vha. argumenter overbevist om en bestemt ting eller sammenhæng.

De fremstillingsmetoder der er de mest fremherskende når det drejer sig om formidling af viden er den didaktiske og den episke. De to udskiller sig fra hinanden ved to basale punkter. Den didaktiske er særdeles velegnet til formidling af et abstrakt budskab, da den i sin egenskab af at være diskuterende i princippet ikke har hverken en begyndelse eller en slutning. Den episke derimod har den rene fortælle teknik med en begyndelse og en slutning, og er bundet i fortalt tid, dvs.: fortid, nutid, fremtid. Med andre ord en fast fortælleramme.

Til disse to fremstillingsmåder eksisterer der ligeledes en såkaldt berettermodel. Den didaktiske gør brug af hvad man kalder den cirkulære berettermodel, som bevirker at man kan hoppe ind et hvilket som helst sted i handlingen, fortællingen eller produktet, og gå derfra til et helt andet sted indenfor den samme ramme. Den episke gør derimod brug af den lineære berettermodel som følger en fremadgående tidslinie og som løbende fortæller en handling .

Ud fra disse to modeller og fremstillingsmåder fremgår det med al tydelighed, at det mest fornuftige valg til brug i et multimedie-produkt som eksempelvis en undervisnings-cd-rom, vil være den didaktiske fremstillingsmåde. Derfor er det også den metode vi har valgt for vores produkt. At kunne starte et hvilket som helst sted i produktet uden at have tilegnet sig noget forhåndsviden fra nogle af de andre sektioner. Det, at man som bruger, kan dykke direkte ned og starte i den sektion der interesserer en mest. Det må siges at være den største alsidighed en bruger af et produkt kan få.

Kort synopsis

Mange unge mennesker i dag læser Illustreret Videnskab som et fornuftigt supplement til skolen. Illustreret Videnskab vil over en årrække vil udgive en serie af cd-rommer og denne cd-rom vil være den første i rækken.

Programmet skal anvendes på hjemmecomputeren samt skolens bibliotek og læreren kan evt. inddrage cd-rommens indhold i undervisningen. Det er et krav til brugerens system, at dette er baseret på en Microsoft Windows-platform af nyere dato (9x/ME/2000).

Programmet skal kunne udfordre brugeren samtidigt med at denne lærer om solsystemets opbygning og legemer. Formålet med programmet er at undervise vha. opdagelse. Således skal programmet viderebringe det budskab, at det er sjovt at lære.

Programmet er brugervenligt og er let at anvende for brugeren.

Vores målgruppe har vi fastsat til unge mellem 14 og 17 år. Det må endvidere forudsættes, at slutbrugeren har en forudgående interesse for emnet astronomi. Det kan ikke forventes, at brugerens viden om emnet strækker sig ud over den almene viden, man erhverver sig i folkeskolen.

Når brugeren har brugt produktet i et stykke tid skal han/hun være i besiddelse af en udvidet viden om solsystemet og dets legemer.

Man navigerer rundt i programmet via et system af animerede menuer, som hver især lægger sig op ad det overordnede tema. Informationer præsenteres for brugeren vha. en række animationer og mindre filmklip. Herudover benyttes naturligvis tekst og billeder. Vi benytter animationer og filmklip for at gøre vores produktion mere levende. Vores målgruppe bliver hurtigt trætte af for megen tekst. Samtidig er det ikke behageligt at læse lange tekster på skærmen.

Brugeren vil typisk gøre brug af programmet i hjemmet, i skole eller på biblioteket.

Lang synopse

Peter, 15 år, åbner langsomt døren...det knirker i hængslerne. En kold vind blæser gennem rummet. To personer sidder i hver sin side af lokalet, og Peter mærker det løbe koldt ned ad ryggen på sig selv. Den sagte summen fra en enlig computers blæser er det eneste, der afslører, at der er liv i den. Skærmen er slukket. Den ene mand rejser sig fra sin stol, og bærende på en blank skive bevæger han sig nærmest svævende hen over gulvet mod Peter.

”Stik dæn’ her i dyret. Dæ er dét produkt, då skal teste”, siger manden.

Peter, der lige har åbnet sin Coca-Cola™ (\$\$\$), tager skiven i hånden og sætter sig ved computeren. Han kan næsten ikke vente med at prøve produktet af. Han lægger Cd-rom’en i drevet og tænder skærmen, og programmet starter prompte op.

Peter mødes af en introduktionsskærm. Herefter kommer, hvad der ligner et rumskib flyvende. Den placerer sig midt på skærmen, hvorefter fire ”vinger” folder sig ud. Disse, erfarer Peter, fungerer som hovedmenupunkter. Peter trykker på menupunktet ”Planetariet”. Dette får menuens ”vinger” til at folde sig sammen, samtidig med at menuen selv flyver op i venstre hjørne.

En kort videosekvens toner frem på skærmen, som portrætterer en flyvetur fra Solen til den yderste planet i vort solsystem, Pluto. Efter videosekvensen zoomer ”kameraet” ud, så det indre solsystem kommer til syne – bestående af Solen, Merkur, Venus, Jorden og Mars. Peter klikker på en knap nederst til højre, der fører ham videre til den ydre del af solsystemet –

Jupiter, Saturn, Uranus, Neptun og Pluto. Derudover er der kometer og asteroider med. Peter bemærker, at hovedmenuen under alt dette har befundet sig øverst til venstre på skærmen. Han føler en mærkelig tiltrækning til planeten ved navn Uranus, og klikker på den. "Kameraet" zoomer nu ind på den valgte planet, hvorefter en separat skærm dukker op. Skærmen indeholder et billede af planeten (i dette tilfælde Uranus) i øverste højre hjørne. Nedenunder planeten optræder billeder af de andre legemer. Peter kan godt se det smarte i, at man kan hurtigt kan "springe" mellem planeterne. I skærmens venstre side er der nu et antal menupunkter. På hvert menupunkt står et ord, der beskriver menupunktets funktion. Disse menupunkter holder stilen fra selve hovedmenuen. Peter bevæger musen henover et af punkterne, som lyser op. I midten af skærmen står der tekst, der svarer til indholdet af det valgte menupunkt.

Peter klikker på hovedmenuen øverst til venstre. Dette får menuen til at flyve ned til midten af skærmen og brede sine vinger ud på ny. Nu vælger Peter menupunktet "Tidslinie". Menuen flyver som før op i hjørnet, hvorefter baggrunden "fader" væk. Et asteroide-bælte kommer til syne. En udsædvanlig stor asteroide flyver forbi. Den viser sig at trække en kosmisk snor efter sig. Denne snor folder sig på en særlig måde, og fungerer nu som tidslinie. Herpå kommer der årstal frem på linien. Peter klikker på et tilfældigt årstal, og bliver nu bombarderet med information om, hvad der skete i netop dette årstal.

"Ska' då ha'n sofavand mær?", lyder det pludselig bag Peter. Det giver et sæt i ham, da han brat rives ud af den verden, han netop er blevet suget ind i.

"Øh, nej tak", siger Peter og kigger på den dåse cola, som han knap nok har rørt.

Efter at have klikket nogle flere gange på tidslinien for at få nogle flere informationer, klikker Peter igen på hovedmenuen.

Øjeblikket efter har han valgt punktet "Leksikon". Skærmen, der toner frem, indeholder på højre side en mængde alfabetisk opdelte, valgbare ord. Peter søger efter ordet "komet" og skiven i drevet snurrer. Efter at have læst om kometer, klikker Peter igen på hovedmenu.

Peter bevæger sig ind i punktet "Quiz". Ind fra venstre side flyver nu nogle "flager". Disse samler sig i midten af skærmen til et stort spørgsmålstegn, hvorefter de, godt hjulpet af et

kosmisk vindpust, spredes og flyver videre mod højre. I højre side stoppe flagerne op og danner en række menupunkter. Peter klikker på en flage, hvorefter en introduktion til en quiz fremtoner. Teksten beskriver, at Peter nu skal redde en planet ved, indenfor en given tidsgrænse, at svare rigtigt på 10 spørgsmål. Peter klikker igen, og han stilles det første spørgsmål. Nederst på skærmen ses en dødbringende raket på vej mod en planet. Denne fungerer som tidsindikator. Hvis Peter ikke svarer rigtigt på ti spørgsmål hurtigt, sprænger raketten planeten i luften. Den viden, som Peter har erhvervet sig gennem brugen af programmet, bruger han nu til hurtigt at svare på spørgsmålene. Hermed redder han planeten fra den sikre undergang.

”Nå, hva’ syn’s då så om æ program?”

”Det var totalt sejt! Hvornår udkommer det?”

”Snart...vil du æ ha’ di’ cola?”

”Den er blevet lunken.”

”Æ henter naw isklumper og et glas.”

Peter vender sig for at kigge på computeren en sidste gang, men det giver et gib i ham, da han i stedet ser manden stå foran sig med et glas med isklumper. Peter lægger mærke til, at noget af isen er smeltet og har dannet en lille bundslat i glasset, men han hæfter sig ikke nærmere ved det. Manden hælder den halvlunkne cola op og rækker det til Peter med et aldeles jysk ”Wærs’go”.

Peter bunder, og kan kun mærke isklumperne mod sine tørre læber.

”Tak for hjælpen...De hører fra os” lød det fra manden. Peter hører døren åbne bag sig og tager dette som et yderligere signal til, at det er tid til at smutte.

Da han bevæger sig hen mod døren, ser han døren tilte til den ene side. Han tager endnu et skridt, og kan pludselig mærke en brændende smerte i maven, der får ham til at miste balancen. Han lander med hovedet vendt ind mod lokalets centrum, hvor han gennem sit slørede syn svagt aner de to mænd stå uberørte og kigge smilende på ham. Dette er det sidste, han ser.

De to mænd tager fat i Peters livløse krop og kaster den over i det mørke hjørne.

Lotte, 17 år, åbner langsomt døren...det knirker i hængslerne...

Konklusion

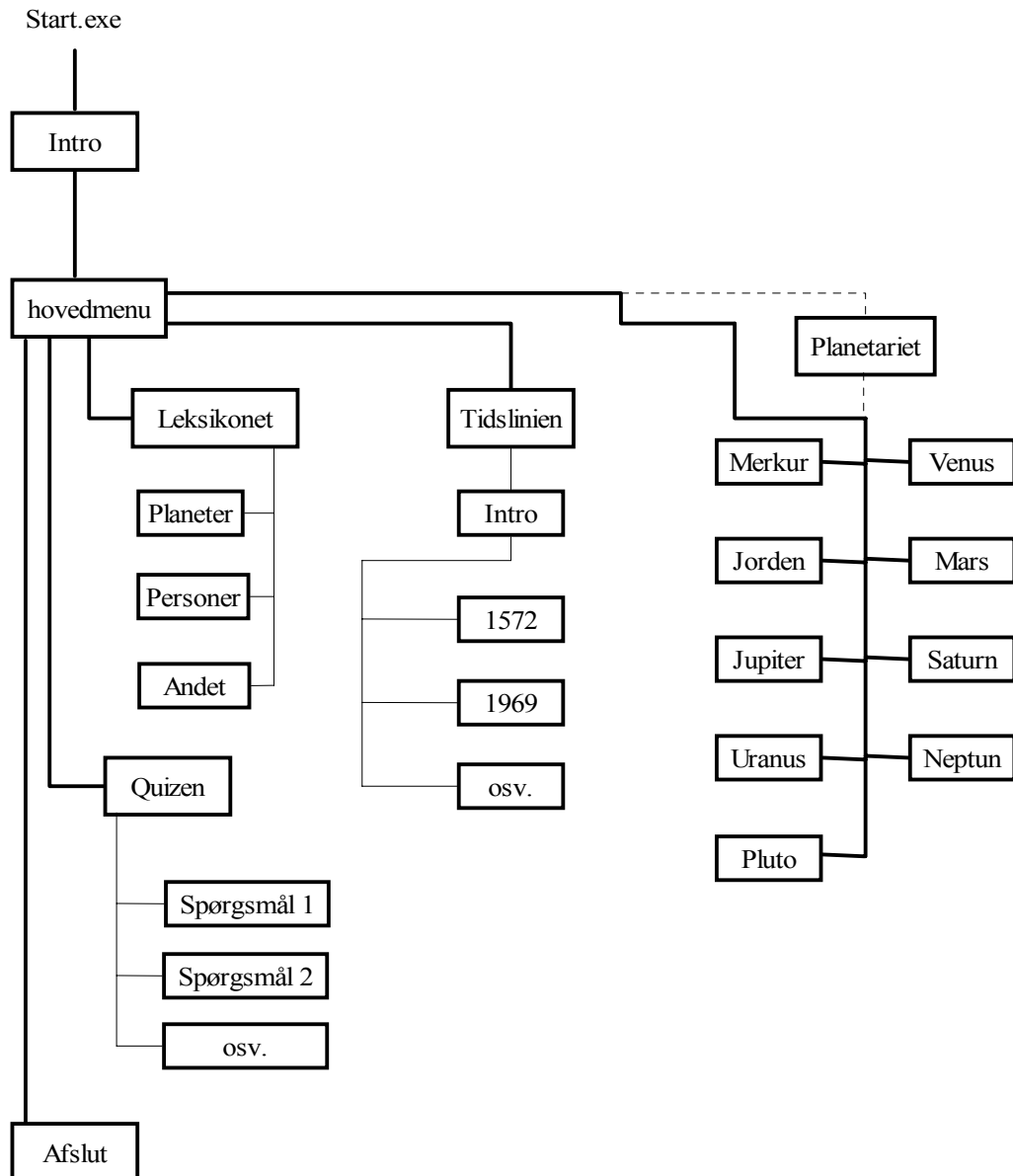
I det kæmpe medielandskab som verden i dag må betegnes at være, er forståelsen og udnyttelsen af viden og teori, et aspekt som ikke lader sig fornægte. Den voksende brug af cd-rom, DVD og andre multimedier, for ikke at snakke om Internettets forestående integration med vores hjemmealter, Tv'et, gør det svært, men også udfordrende, for små firmaer at profilere sig.

Gennem dette projekt har det været målet, ikke kun at lære den nødvendige teori og bruge denne, men også at erfare hvad der skal til for et lille firma at få skabt et kvalitetsprodukt og dermed også opmærksomhed omkring sig selv. Ved at gøre brug af kendte læringsteorier, organisationsteorier samt vores indsamlede viden omkring vor målgruppes ønsker til et multimedieprodukt, har vi søgt at gøre netop dette. At skabe et produkt der differentierede sig fra de eksisterende på markedet. Dette må siges at være opnået. Der er blevet lagt vægt på en let tilgængelighed i navigeringen samt et kontinuerligt og nyt design. Brugeren af produktet vil kunne lære af det, også på en sjov måde. Både gennem flotte og spændende billeder og gennem interaktionen med programmet.

Arbejdet med dette projekt, og den nødvendige organisationsteori, har medført at vi, som firma, står stærkere rustet til fremtidige projekter og opgaver. I og med at vi gennem vores analyse fik indsigt i hvordan organisationen i firmaet kunne se ud om fem år, er vi nu på forkant med den udvikling der kommer.

Den endelige rapport som den fremstår, har givet svar på de i problemformuleringen opstillede opgaver og har sammen med det endelige produkt opfyldt de mål der er blevet stillet.

Bilag 2 – Program skema



Bilag 5 - Bruger test

Programmet blev testet på Edb-skolen i Esbjerg.

Jens startede programmet op og studerede introen. På hovedmenuen havde Jens lidt problemer med at finde ud af hvordan menuen virker, han startede med at trykke på midten af menuen så den flyttede sig op i hjørnet. Der efter trykkede han på menuen igen, og indså at det var vingerne der skulle trykkes på.

Leksikonet havde ikke den store interesse. Så han klikkede den hurtigt igennem, og gik videre til planetariet. Der kikkede han på de forskellige planeter. Han havde ikke problemer med "rulle menuen" i højre side.

Quizzen, var den der interesserede ham mest. Efter hurtigt at klikke videre fra instruktionen, prøve han at svare på nogle af de forskellige spørgsmål, men kunne ikke svare på mange af spørgsmålene. Han gik derfor over i planetariet og læste noget af teksten om planeterne. Tilbage i quizzen forsøgte han igen at svare på alle spørgsmål, men nåede kun at svare rigtigt på 4.

Tidslinien var den han brugte mindst tid på, dette skyldes hovedsagelig at der i den version han testede ikke var implementeret mere end 10 år.

Alt i alt var han godt tilfreds med programmet, der var godt nok nogle fejl, men som helhed var det et udmærket program.

Hvad synes du så var det mest interessante i programmet ?

Quizzen, det er helt sikkert. Det var en sjov måde at prøve sin viden af på.

Hvad lærte du så mest af?

Ja, det var vel også quizzen. For at "redde" jorden er man jo nød til at læse mange af de informationer igennem der findes i planetariet. Så det bliver en blanding af quiz og de andre punkter i menuen.

Tror du, at de kunne bruger programmet i skolen?

Måske, vi har ikke haft meget om universet, men var programmet helt færdig så tror jeg nok at de kunne være interesseret i det.