

Hoorcollege 13

Posterpresentaties en afronding

Jeroen Ooge & Judith Masthoff



Opbouw van dit hoorcollege

Deel 1: tips voor papers schrijven

Deel 2: tips voor posters maken en presenteren

Deel 3: tips voor tentamen

Tips voor papers schrijven

Gebruik het template van Springer voor opdracht 2

- Volg de stijl van het template
- Gebruik correcte termen en verzorg je taalgebruik
- Verzorg je datavisualisaties 🐟
- Volg de klassieke IMRaD-structuur (= Introduction, **M**ethods, **R**esults, and **D**iscussion)



Tips voor papers schrijven

Abstract en introductie:

- Beschrijf de bredere context van je studie. Waarom is jouw onderzoek relevant?
- Onderbouw beweringen en je studie met literatuur

Methode: beschrijf *hoe* je de studie uitvoerde
(bv. deelnemers, materiaal, variabelen, procedure, analyse)

Tips voor papers schrijven

Resultaten: *beschrijf* bevindingen, maar interpreteer nog niet



"Testpersonen brachten gemiddeld 10s op de pagina door."



"Dit toont dat ze verward waren en te lang moesten zoeken."

- Check aannames van statistische toetsen en rapporteer ze samen met de bevindingen
- Verwerk relevante (statistische) data tot tabellen en figuren. Plak niet letterlijke output uit SPSS/R/... in je tekst, want niet alle data is nodig.

Tips voor papers schrijven

Discussie: *interpreteer* je bevindingen

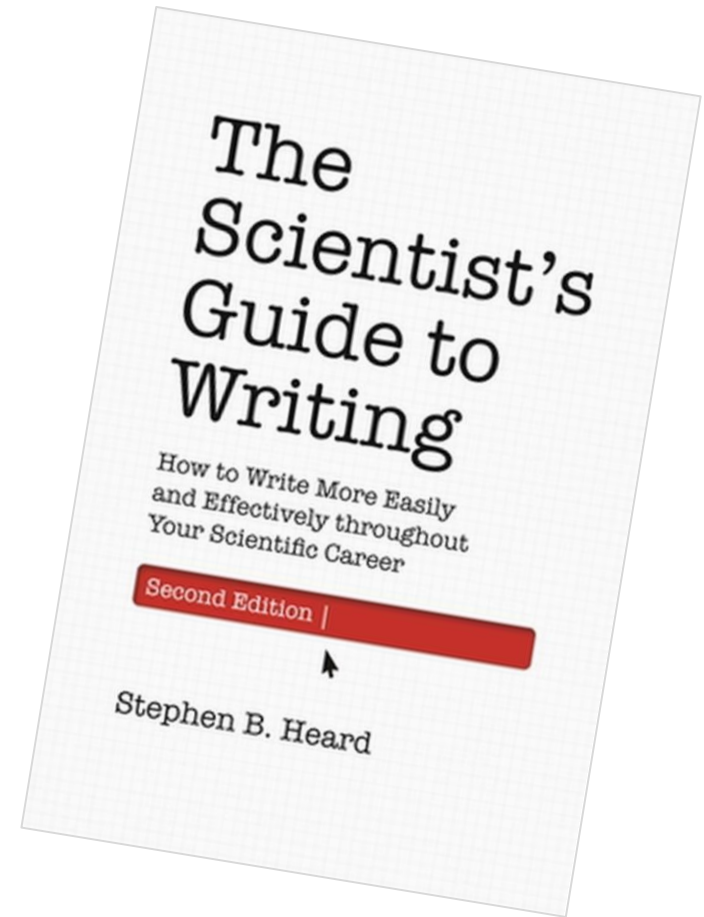
- Wat betekenen de resultaten?
- Kun je ze verklaren met eigen ideeën of literatuur?
- Hoe verhouden delen van de resultaten zich tot elkaar?
- Welke bevindingen zijn (niet) relevant en waarom?
- Wat is de ruimere impact van je studie?

Tip: lees How to write better discussions for your HCI study
door Daniel Buschek (<https://dbuschek.medium.com/how-to-write-better-discussions-for-your-hci-study-be851092f351>)

Tips voor papers schrijven

Conclusie: vat de hele studie kort samen en benadruk de belangrijkste take-aways

Dit vond ik een erg goed boek



Opbouw van dit hoorcollege

Deel 1: tips voor papers schrijven

Deel 2: tips voor posters maken en presenteren

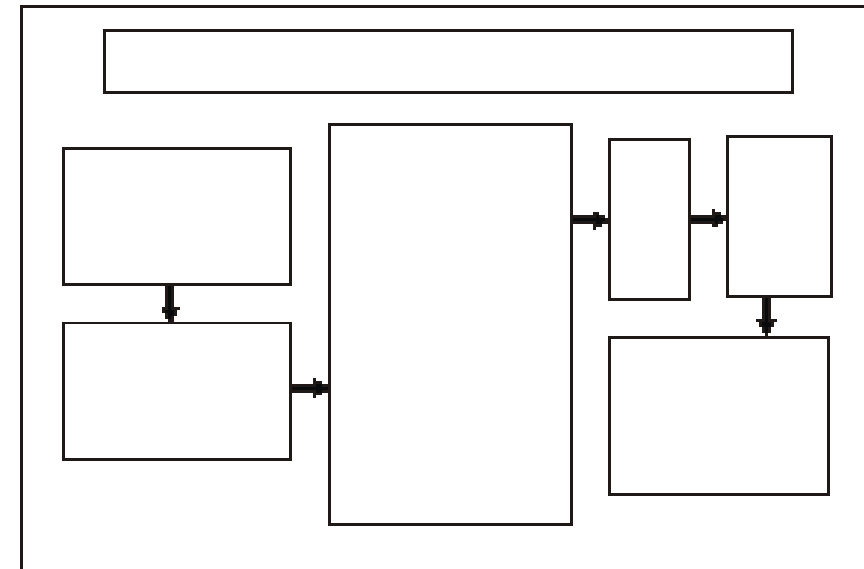
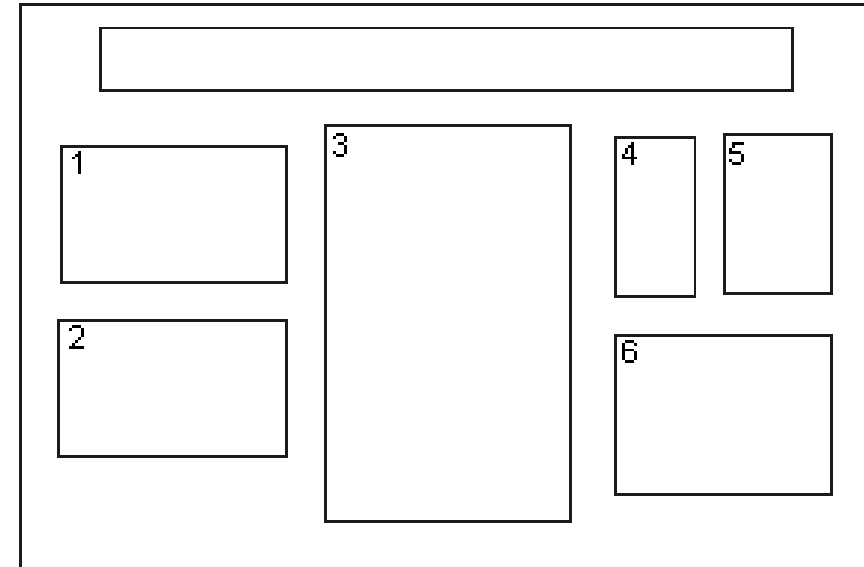
Deel 3: tips voor tentamen

Tips voor posters maken

Academische posters zijn een belangrijk kanaal om kennis over te brengen

Typische onderdelen:

- Titel
- Auteurs en affiliaties
- Introductie
- Methode
- Belangrijkste resultaten
- Hoofdconclusies
- Kernreferenties



Title of Poster

Author Name and Affiliation

Abstract

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed donec
consectetur. Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum
dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum
dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Introduction

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed donec
consectetur. Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum
dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum
dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur. Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum
dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur. Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum
dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur. Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum
dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.



Discussion

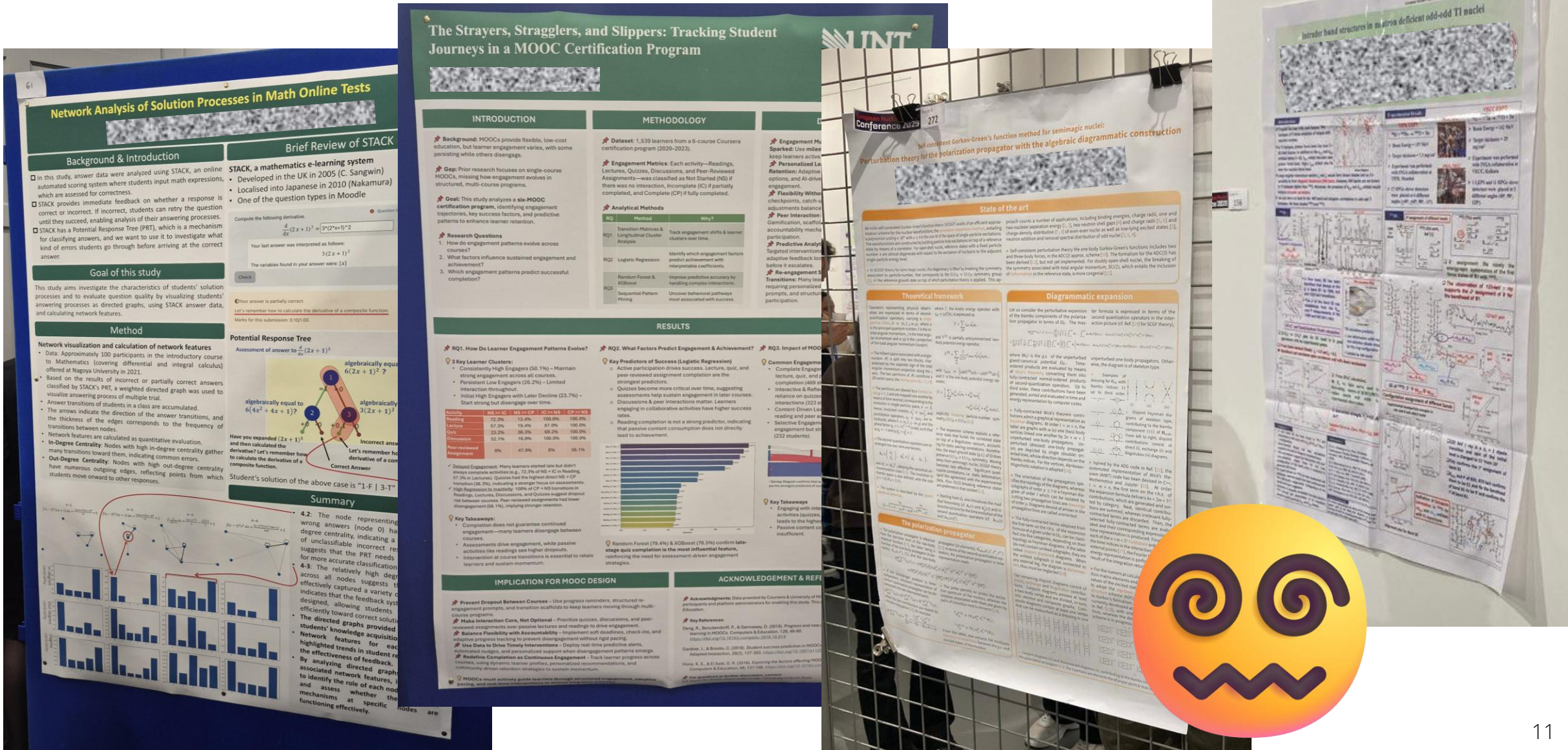
Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur. Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum
dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

References

Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur. Consequam felis sapien, consectetur. Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum
dolor sit amet, consectetur. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.



Vermijd de “wall of text”!



Vermijd de "wall of text"!

SUPPORTING STUDENT-CENTERED LEARNING WITH FLEXIBLE LEARNING TRAJECTORIES AND OPEN LEARNER MODELS

AUTHORS: Pankaj Chejara, Kairit Tammets, Mari Laanpere, Annika Volt, Priit Tammets, Pjotr Savitski

BACKGROUND

Flexible learning

- Flexible learning enables learners to progress according to their individual needs.
- However, this approach requires students to have a basic understanding of dependencies among learning contents.
- Moreover, effective utilization of flexible learning requires students to have the ability to track and assess their progress (e.g., metacognitive skills).

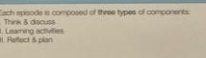
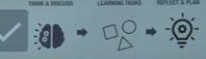
FLEXIBLE LEARNING TRAJECTORIES

1. Domain model

Domain experts create the domain model. The domain model encodes dependencies among different learning skills. These skills are of two types. Knowledge & Skillset

2. Instructional trajectories

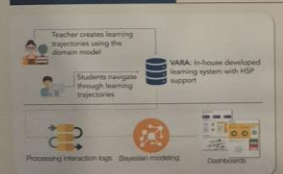
Instructional trajectories consist of episodes, each targeting a specific skill (e.g., factor multiplication) (Niet et al., 2024). The teacher adjusts as per course needs.



3. Personalized learning

Students adjust as per their learning needs. Students' interactions are recorded in LMS format.

OPEN LEARNER MODELING



CONCLUSION

- The proposed approach integrates three key elements: domain model, flexible learning trajectories, and open learner model.
- Combinedly, these elements can foster personalized, flexible and effective learning experiences.

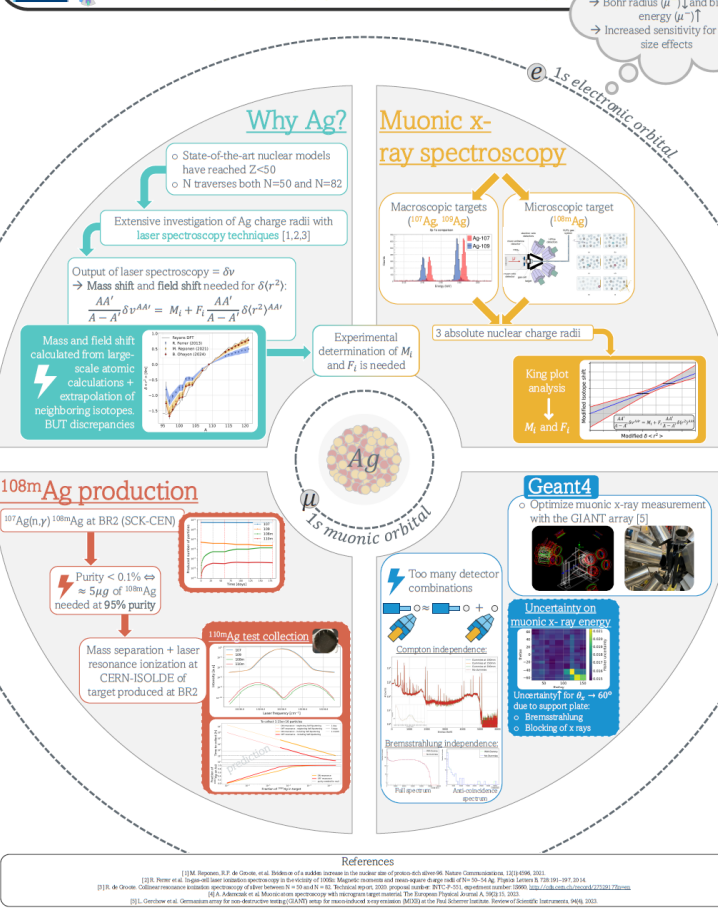
REFERENCES

- Vol, A., Laanpere, M., & Kuitus, J. (2024). Supporting flexible learning paths with interactive learning resources in mathematics: lessons learned. Educational Media International, 1-16.
- Buk, S. (2020). There are open learner models about. IEEE Transactions on Learning Technologies, 13(2), 422-446.

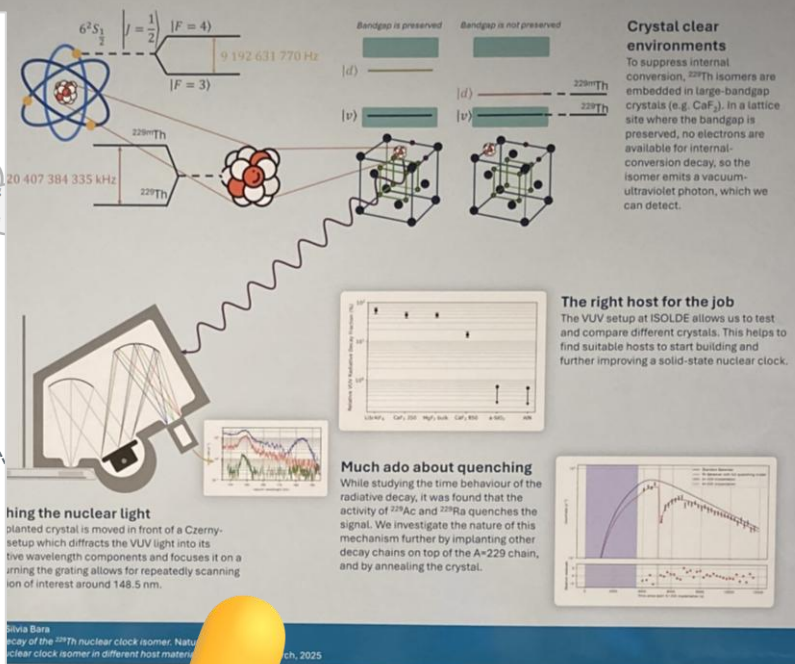
Towards absolute charge radius measurements of silver isotopes

M. Deceyn¹, M. Athanasakis-Kaklamanakis², C. Benard³, K. Chrysalidis⁴, T.E. Coccolio⁵, J.G. Correia⁴, C. Costache⁵, A. Doinaki^{6,7}, C. Duchemin¹, C. Fajardo¹, M. Heines¹, R. Heineke⁸, J.D. Johnson⁹, U. Köster⁶, A. Knecht⁶, P. Lassegues⁸, R. Lica⁸, E. Mauger⁶, R. Pohl⁹, K. von Schoeler^{6,7}, J. Schell¹⁰, S.M. Vogiatzi¹⁰, F. Wauters¹⁰ and W. Wojtacki¹

¹KU Leuven, Belgium; ²Imperial College London, UK; ³CERN ST Department, 1211 Geneva, Switzerland; ⁴CERN CHN, CHN, CHN, CHN; ⁵ULB, Belgium; ⁶IPN-ULB, Belgium; ⁷IPN-ULB, Belgium; ⁸IPN-ULB, Belgium; ⁹IPN-ULB, Belgium; ¹⁰IPN-ULB, Belgium



KU LEUVEN Towards a nuclear clock: VUV spectroscopy of ^{229m}Th



Hall of Fame

Beste poster 2023-2024
Lara Cordes, Christiaan van der Haven, Fleur Leenders

Inleiding

Dit onderzoek bekijkt of de plaatsing van advertenties aan de linker- of rechterkant van een tekst een invloed heeft op de leesnelheid.

Eerder onderzoek toont aan dat:

- Meer informatie wordt opgenomen naar rechts toe tijdens lezen [2]. En onze hersenen asymmetrisch zijn waardoor er een voorkeur is naar tekst aan de rechterkant [1].
- Daarentegen verwachten gebruikers advertenties aan de rechterkant waardoor ze meer afgeleid raken door advertenties aan de linkerkant [3,4].

H₀: Er geen significant verschil in leesnelheid wanneer een advertentie aan de rechterkant of aan de linker kant geplaatst is.

H₁: Er is een significant verschil in leesnelheid wanneer een advertentie aan de linkerzijde van de tekst wordt geplaatst in vergelijking met wanneer de advertentie aan de rechterzijde staat

Methoden

- Aantal deelnemers: n = 36
- Willekeurige toewijzing aan groepen
- Apparaat vereiste: laptop/desktopcomputer

Baseline

Thuis houden houd het wereldwijde

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

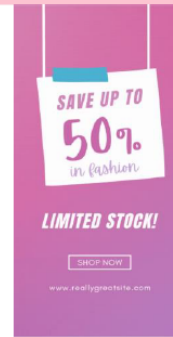
toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

toegankelijk en comfortabel

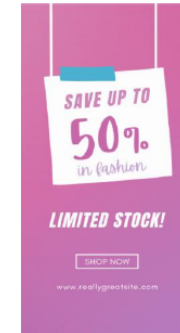
Bronnen:

- [1] Gangadhar Ravi, Elson Ai Lim, Lynn Thor Tan, and Young Jee Han. 2007. Pre-attentive processing of banner advertisements: The role of modality, location, and interference. *Electronic Commerce Research and Applications* 6, 1 (March 2007), 6–18.
- [2] Jaana Simola, Jarmo Kulama, Anssi Oksanen, Liisa Uusitalo, and Jukka Hyöni. 2011. The impact of salient advertisements on reading and attention on web pages. *Journal of Experimental Psychology: Applied* 17, 2 (2011), 174–190.
- [3] Justin W. Owens, Barbara S. Chaparro, and Evan M. Palmer. 2011. Text Advertising Blindness: The New Banner Blindness? *Usability Studies* 6, 3 (May 2011), 172–197.
- [4] Justin W. Owens, Evan M. Palmer, and Barbara S. Chaparro. 2014. The pervasiveness of text advertising blindness. *J. Usability Studies* 9, 2 (February 2014), 51–68.



Lees je deze tekst
sneller dan de
tekst hieronder?

Lees je deze tekst
slomer dan de tekst
hierboven?



Ontwerp

De tekst en advertentie op de website voldoen aan de volgende criteria:

Tekst:

- Populair website lettertype
- De tekst bevat niet te moeilijke woorden
- De tekst gaat over een neutraal onderwerp

Advertentie:

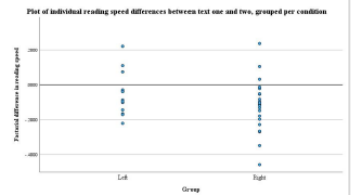
- Optimale afstand van de tekst
- Eenvoudig en abstract ontwerp

Resultaat

De participanten van groep A lezen de tekst met advertentie gemiddeld 8.0 seconden langzamer dan hun eigen gemiddelde leesnelheid, terwijl dat verschil bij groep B 13.2 seconden is.

Het gemiddelde verschil in leesnelheid in woorden per minuut van de twee groepen is vergeleken met een independent samples t-test. Hieruit volgde: $t(34) = 1.574$, $p = 0.125$

Er is dus geen significant verschil gemeten tussen groep A (n=14) en groep B (n=22).



Conclusie

Het resultaat was niet significant, dus H₀ kan niet worden verworpen.

Limitaties van het onderzoek zijn onder andere de ongecontroleerde setting en het verschil van participanten in groep A en B.

Het resultaat komt dichtbij een significant verschil. Het onderzoek kan daarom nogmaals uitgevoerd worden in een gecontroleerde setting om betrouwbaardere resultaten te verkrijgen. Ander toekomstig onderzoek kan gedaan worden naar de gecombineerde effecten van de inhoud en plaatsing van advertenties op leesnelheid.

Dit onderzoek is uitgevoerd door:

Lara Cordes
Christiaan van der Haven
Fleur Leenders

2844796
0294039
5204602

Hall of Fame

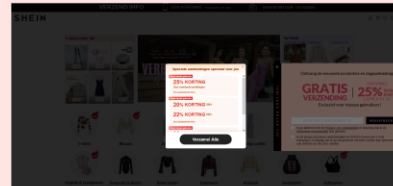
Beste poster 2024-2025
Mojab Almbel, Rody van der Jagt, Luuk Lammens

SHEIN bright like a diamond. Pop-ups zijn misleidend.

Beïnvloeden pop-ups de betrouwbaarheid van webshops?

A/B testing op Shein

Door Mojab Almbel, Rody van der Jagt en Luuk Lammens



Achtergrond

- ✓ Betrouwbaarheid is een van de belangrijkste factoren van revolutie van commerciële transacties
- ✓ Korte flashes van Pop-ups motiveren websitebezoekers meer dan lange flashes van Pop-ups
- ✓ Think Aloud Shein → Pop-ups zijn misleidend, schaadt vertrouwen en wekt de indruk van een scamsite op

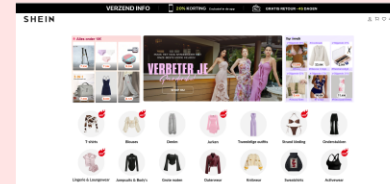
Doel van dit onderzoek:

Heeft de aanwezigheid van pop-ups op de webshop van Shein effect op de betrouwbaarheid van de webshop?

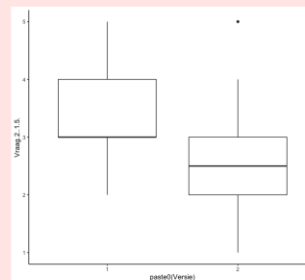
Hypothese: De aanwezigheid van popups heeft effect op de betrouwbaarheid van Shein

Methode:

- ✓ Convenience sampling
- ✓ 48 deelnemers
- ✓ Vragenlijst



“Hoe betrouwbaar vond je de website?”



Zonder popups
(n=24)

Met popups
(n=24)

Resultaten analyse

- ✓ $p < .05$
- ✓ Toont significant negatief verband tussen aanwezigheid pop-ups en gemeten betrouwbaarheid



Main take-aways

- ✗ Pop ups
- ✓ Schaadt betrouwbaarheid

References:
1. Bittner, J. V., & Zondervan, R. (2015). Motivating and achievement-eliciting pop-ups in online environments: A user experience perspective. *Computers in Human Behavior*, 50, 449-455.
2. Rattanasich, P. (2005). What makes websites trustworthy? A two-phase empirical study. *International Journal of Electronic Business*.
3. Zafari, Samin, Wazir, Muhammad Imran, The effect of online advertising, pop-up ads, and website features on Millennials buying behaviour. *EBSCOhost*. (2023).

Tips voor posters maken

Beslis zelf hoe je templates zinvol kunt gebruiken



Name sender

Title – size A0 (84 x 119.5 cm)
Subtitle

Name author

Title

Ut quam rem volupta eprovid quid quibus, quiatur aditatum est id quatus, tem ut etur restrum faccum sed et lautenqui sitatem. Em quas aut labore evelecae. Nam quia qui volut eium ne consendis porpore pro ente voluptatum ut illegendanda dolupta tquiat omimossi tatusdae con reste anderch illiquate odit, officaepe diusam, ium dero beatem eumqui acerupta qui nones aut veriam nonsere, occum que nimolup tatempor andaest es eaquidit laborere eum re, cor sanhiic idebit landam voluptaqui opdi reperatque qui ipsae sitam sedigenti blati acerspe rnatus, estinte dolendae et, volupta que earum esti omnia quaspcias di ad et rempore.

Title

Ut quam rem volupta eprovid quid quibus, quiatur aditatum est id quatus, tem ut etur restrum faccum sed et lautenqui sitatem. Em quas aut labore evelecae. Nam quia qui volut eium ne consendis porpore pro ente voluptatum ut illegendanda dolupta tquiat omimossi tatusdae con reste anderch illiquate odit, officaepe diusam, ium dero beatem eumqui acerupta qui nones aut veriam nonsere, occum que nimolup tatempor andaest es eaquidit laborere eum re, cor sanhiic idebit landam voluptaqui opdi reperatque qui ipsae sitam sedigenti blati acerspe rnatus, estinte dolendae et, volupta que earum esti omnia quaspcias di ad et rempore.

Title

Ut quam rem volupta eprovid quid quibus, quiatur aditatum est id quatus, tem ut etur restrum faccum sed et lautenqui sitatem. Em quas aut labore evelecae. Nam quia qui volut eium ne consendis porpore pro ente voluptatum ut illegendanda dolupta tquiat omimossi tatusdae con reste anderch illiquate odit, officaepe diusam, ium dero beatem eumqui acerupta qui nones aut veriam nonsere, occum que nimolup tatempor andaest es eaquidit laborere eum re, cor sanhiic idebit landam voluptaqui opdi reperatque qui ipsae sitam sedigenti blati acerspe rnatus, estinte dolendae et, volupta que earum esti omnia quaspcias di ad et rempore.

Title



Category 1	35
Category 2	25
Category 3	15
Category 4	10
Category 5	10
Category 6	5

Title



Category 1	35
Category 2	25
Category 3	15
Category 4	10
Category 5	10
Category 6	5

Figure 1

Od qui aute as moditqueae qui adit parlantem liguosonqui con re diligatium aut et quos regere peria pa unilicti conelicti, ut etus, tem indolugate illicarnes rempe deicessi onsequo esti optaria albi pidi me volupta sitius placit egeit mi, tem dremcor estemestita volupta que quat que ete andella tithivatus molore preren quosseque voluptas distatit.

Table heading

Text		
Text		
Text		
Text		

Table 1

Od qui aute as moditqueae qui adit parlantem liguosonqui con re diligatium aut et quos regere peria pa unilicti conelicti, ut etus, tem indolugate illicarnes rempe deicessi onsequo esti optaria albi pidi me volupta sitius placit egeit mi, tem dremcor estemestita volupta que quat que ete andella tithivatus molore preren quosseque voluptas distatit.

References
1. Name author
2. Name author

References
1. Name author
2. Name author

uu.nl/

Utrecht University logo

 Universiteit Utrecht

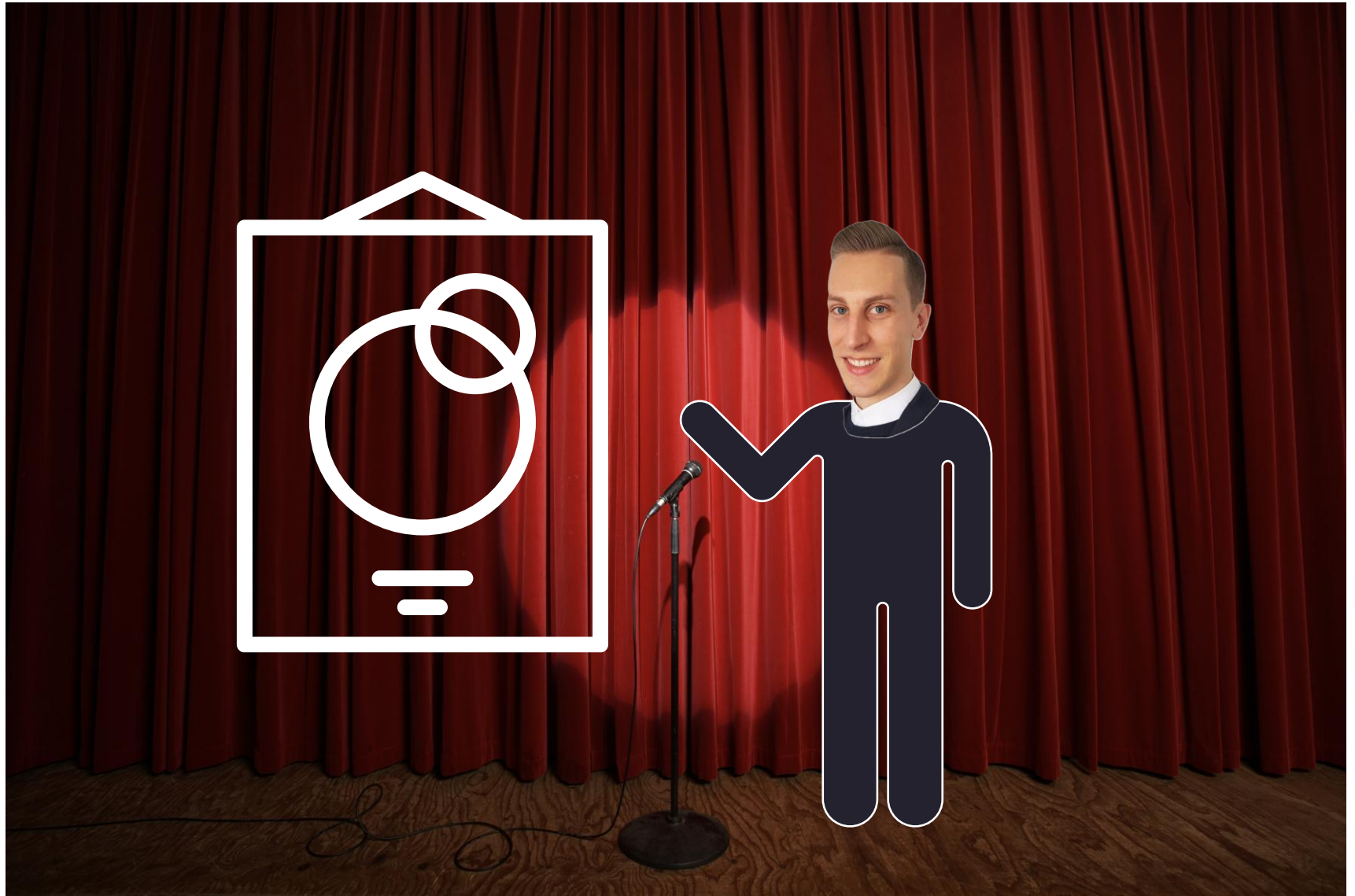
<https://www.uu.nl/organisatie/huisstijl/voor-docent-en-student>

15

Tips voor posters maken

- De poster moet voor zich spreken, maar hoeft niet alle details te bevatten: je kan meer uitleg geven tijdens de presentatie
- Maak take-aways visueel
- Print op A0/A1-formaat of plak A4'tjes aan elkaar

Tips voor posters presenteren: de Pijnlijke Prutser-Presentatie



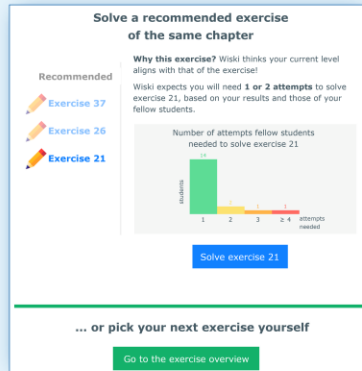
How to Design Educational AI Systems With **Transparency** and **Control**

6 Examples of Experiments in Real Learning Contexts



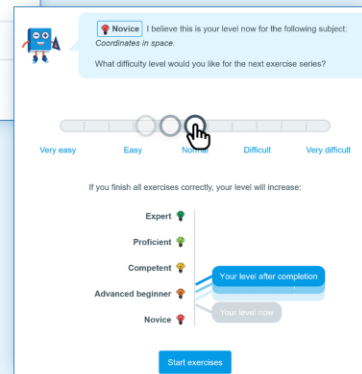
Steer mastery level and see the **impact visualised**

💡 Seeing the impact of control can increase initial trust, but having control alone may not



Choose next exercises and get **why explanations** for recommendations

💡 Explanations can increase initial trust but may not be the most important factor



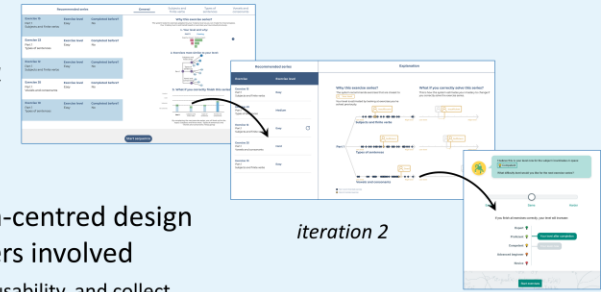
Choose difficulty of recommendations and get real-time **what-if explanations**

💡 Explanations can encourage to try harder exercises, but may not affect initial trust, metacognition, motivation, or performance

Choose among recommendations with **difficulty labels** and **nudges**

💡 Reward-based nudging can be effective without harming performance or self-reported competence

iteration 1



Iterative human-centred design with stakeholders involved

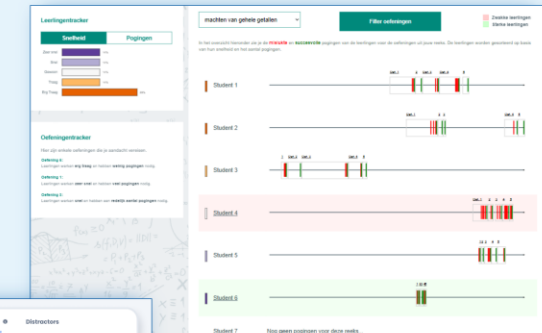
💡 Ensure utility and usability, and collect valuable qualitative feedback

iteration 2

iteration 3

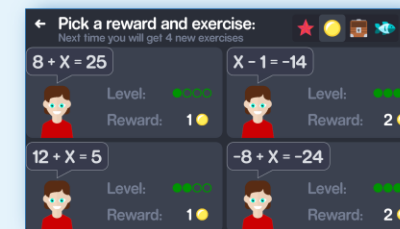
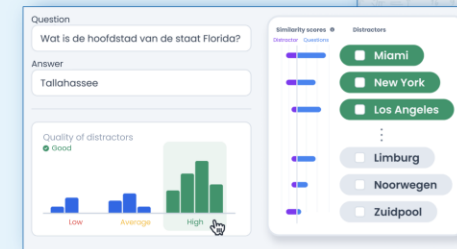
Visualise time and performance data used for student outlier detection

💡 Data-centric explanations allow teachers to calibrate their trust and perceived accuracy



Visualise similarity scores for proposed distractors and **change model parameters**

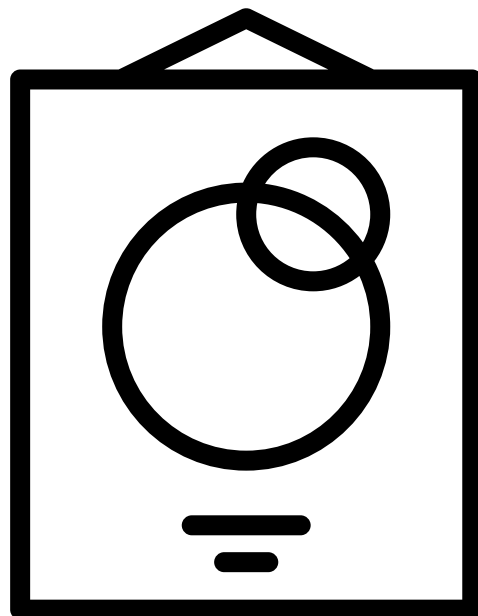
💡 The utility of explanations and control can depend on model performance



Wat ging er mis?

Geen kernboodschap

Niet gerefereerd
naar poster



Geen connectie met publiek

Onverzorgde taal

Onverzorgde houding

Te lang gepraat

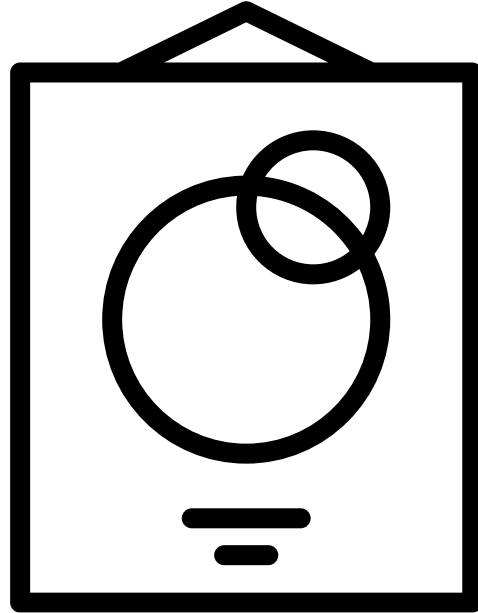
Wat ging er mis?

Geen kernboodschap

Duidelijke take-away

Niet gerefereerd
naar poster

Wijs aan
waarover je praat



Geen connectie met publiek

Maak oogcontact

Onverzorgde taal

Articuleer, professioneel
taalgebruik, terminologie

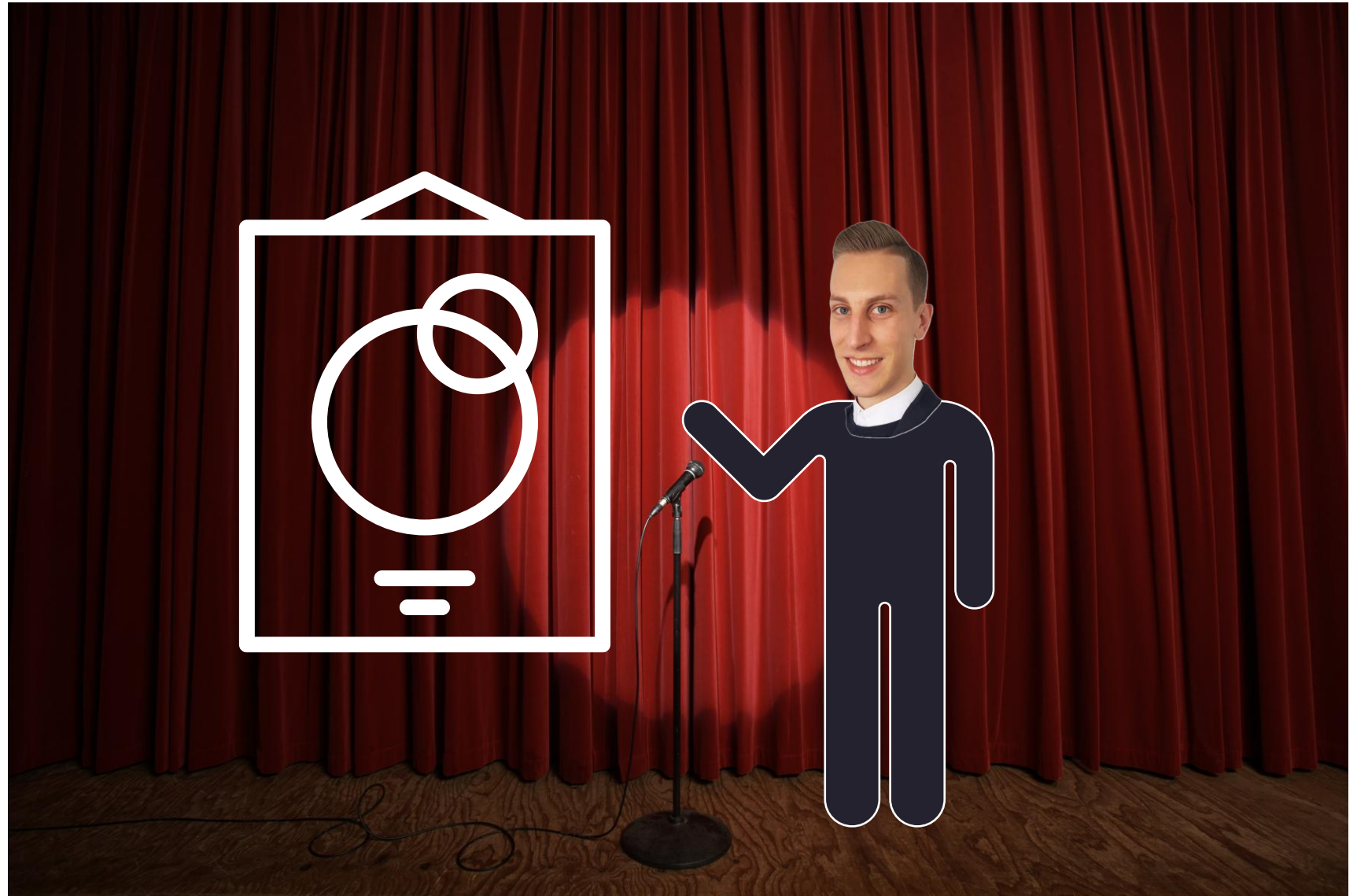
Onverzorgde houding

Enthousiasme, sta rechtop
en naast poster

Te lang gepraat

Pitch max 2 min.

Tips voor posters presenteren: de Professionele Presentatie



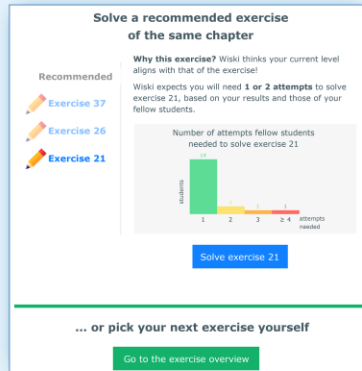
How to Design Educational AI Systems With **Transparency** and **Control**

6 Examples of Experiments in Real Learning Contexts



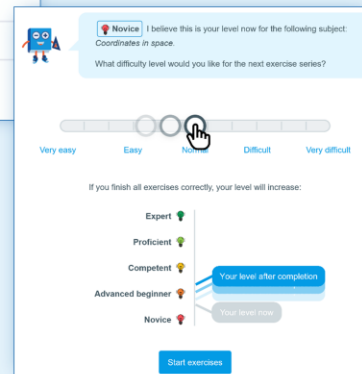
Steer mastery level and see the **impact visualised**

💡 Seeing the impact of control can increase initial trust, but having control alone may not



Choose next exercises and get **why explanations** for recommendations

💡 Explanations can increase initial trust but may not be the most important factor



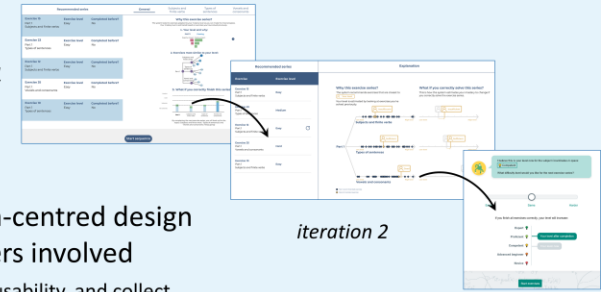
Choose difficulty of recommendations and get real-time **what-if explanations**

💡 Explanations can encourage to try harder exercises, but may not affect initial trust, metacognition, motivation, or performance

Choose among recommendations with **difficulty labels** and **nudges**

💡 Reward-based nudging can be effective without harming performance or self-reported competence

iteration 1

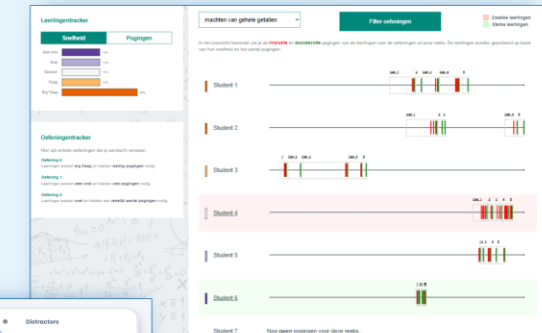


iteration 2

iteration 3

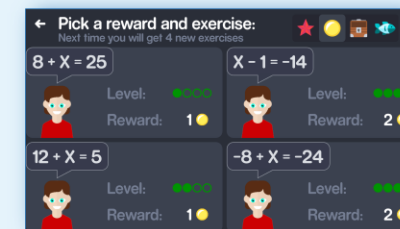
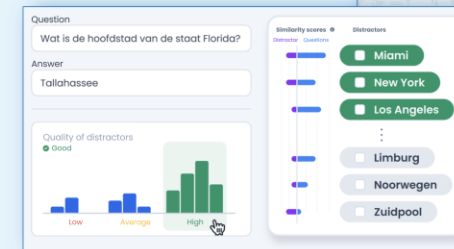
Visualise time and performance data used for student outlier detection

💡 Data-centric explanations allow teachers to calibrate their trust and perceived accuracy



Visualise similarity scores for proposed distractors and **change model parameters**

💡 The utility of explanations and control can depend on model performance



Opbouw van dit hoorcollege

Deel 1: tips voor papers schrijven

Deel 2: tips voor posters maken en presenteren

Deel 3: tips voor tentamen

Algemene info

Dinsdag 28 oktober om 17:30 in Ruppert 038
(minder massaal in KGB Cosmos)

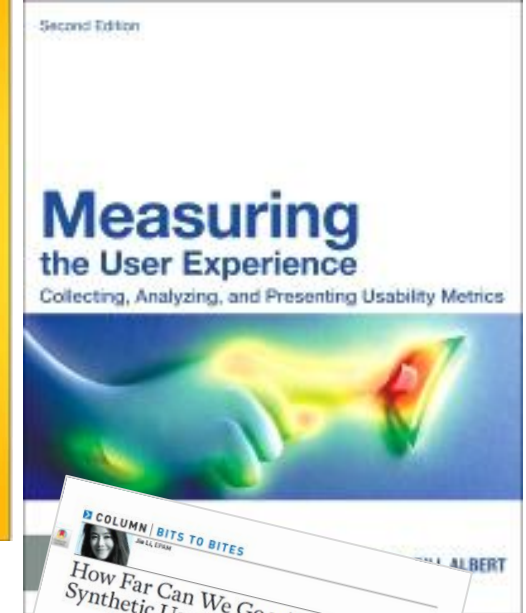
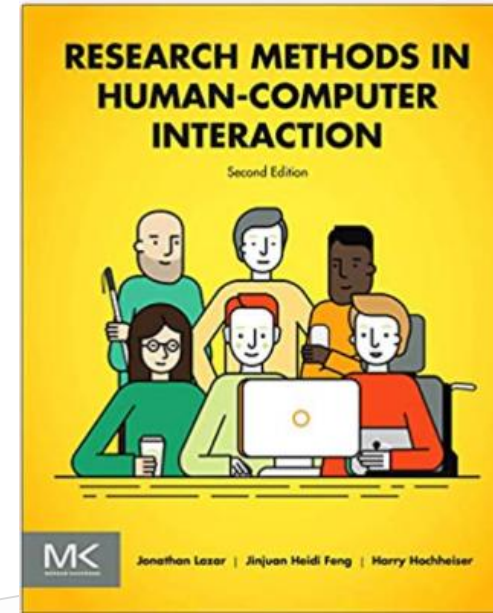
Max. 2 uur (+ 20 min indien recht op extra tijd)
Recht op extra tijd? Zelfde locatie + starttijd!

Ziek? E-mail j.ooge@uu.nl + CC studieadviseur.inku@uu.nl

Taal: Nederlands

Tentamenstof

- Boek Lazar: alles behalve H4, H16
- Boek Tullis & Albert: H1, H4, H5, H6, H7
- Boek Benyon: H5
- Slides van alle hoorcolleges behalve gastcollege Blauw
- Artikels van Hassenzahl & Tractinsky en Jie Li



User experience – a research agenda

MARC HASSENZAHL*¹ and NOAM TRACTINSKY**²
¹Darmstadt University of Technology, Department of Psychology, Social Psychology and Decision-Making, Darmstadt, Germany
²Information Systems Engineering, Ben-Gurion University, Israel

Over the last decade, user experience (UX) became a buzzword in the field of human-computer interaction (HCI) and interaction design. As technology matures, interactive computer systems are not only more useful and usable, but also fun. Usability, however, is a term that is often used to describe the quality of a system, but it is not a research agenda. The present introduction to the special issue on 'Empirical studies of user experience' attempts to provide a provisional answer to the question of what is meant by user experience. It provides a survey of research in the field, but it is not a research agenda. It is a research agenda for the future.

1. Introduction

User experience (UX) is a strange phenomenon: mostly adopted by the human and computer interaction (HCI) community, practitioners and researchers alike, and at the same time, it is a term that is used to describe the quality of a system, but it is not a research agenda. The present introduction to the special issue on 'Empirical studies of user experience' attempts to provide a provisional answer to the question of what is meant by user experience. It provides a survey of research in the field, but it is not a research agenda. It is a research agenda for the future.

analytic there are risks in being serious about fun. Still, though, we continue to see, without humor, the prospect of a decade of research analysis readily falling to provide the leverage it could in designing systems people will really want to use by ignoring what could be a very positive dimension of subjective judgments of usability – fun (p. 23).

Indeed, the field of HCI has a decade to show that it is a serious field of research. In 1996, Hassenzahl et al. (1996) published a paper in which they argued that the field of HCI should move beyond the task-related more commonly to take issues beyond the task-related more commonly. Grashel (2005) has been replaced by a more conceptual paper (Hassenzahl 2005). Wright et al. (2005) are Follis and Banerjee (2004), for a recent overview. These papers tried to establish a 'good view' of the field, but they were not. While UX is well defined, it is not a research agenda. We believe that the lack of empirical research is one of the reasons for this. The absence of empirical research – either qualitative or

How Far Can We Go with Synthetic User Experience Research?

User experience research (UXR) plays an important role in the design of new products, services, and systems. It is a field that is growing rapidly, and it is one that is becoming increasingly important in the design of new products, services, and systems. The present introduction to the special issue on 'Synthetic User Experience Research' attempts to provide a provisional answer to the question of how far we can go with synthetic user experience research. It provides a survey of research in the field, but it is not a research agenda. It is a research agenda for the future.

The reliability of AI-facilitated research is now a topic often debated among researchers.

Hoe moet je de stof leren?

Je hoeft geen exacte definities te reproduceren, maar je moet **begrijpen** wat begrippen inhouden, welke varianten er zijn en kunnen **toepassen** in concrete casussen.

Voorbeelden

- Usability $\neq$ UX
- Samplingmethodes
- Afhankelijke vs onafhankelijke variabelen
- Typen case studies, diary studies, etc.

Methodes voor (vooral) usability engineering

HC 1: Introductie usability engineering & UX
HC 2: Usability testing & inspection
HC 3: Performance & self-reported metrics

Methodes voor (vooral) user experience

HC 4: UX & working with human participants
HC 5: Surveys & interviews
HC 6: Focus groups & diary studies
HC 7: Ethnography & case studies
HC 9: Experiments

Methodes voor dataverzameling in UX-onderzoek

HC 10: Automated data collection & online research
HC 11: Ubiquitous research & measuring the human

Methodes in dit vak



Hoe moet je de stof leren?

Beschrijf wat methodes inhouden en hoe je ze toepast:

- Beslissingen over de opzet van een onderzoek en keuzes kunnen onderbouwen (zoals in de RDEs)
- Omgang met participanten
- Analyse van resultaten

Verschillen en overeenkomsten tussen methodes

Voor- en nadelen van methodes

Tips voor het tentamen

Alleen open vragen rond concrete casussen

Lees vragen aandachtig en beantwoordt de hele vraag

- Toon dat je de concepten begrepen hebt
- Wees concreet: laat ons niet naar het antwoord zoeken
- We geven een indicatie van het aantal verwachte zinnen

Creatieve, beredeneerde antwoorden worden beloond

Voorbeeld van tentamenvraag

Voor welk van deze twee producten is UX-onderzoek via een diary study de meest geschikte optie? Wat voor soort diary study (feedback of elicitation) zou je doen en hoe zet je die op?

- Een nieuw te openen webwinkel voor Fidget Spinners



- Een Nederlandse app voor obese middelbare scholieren om meer te bewegen



Voorbeeld van tentamenvraag

Amazon introduceerde in 2018 supermarkten waar je niets hoeft te scannen. Er wordt automatisch afgerekend wanneer je de winkel verlaat. Onlangs werd dit testproject echter stopgezet door te veel technische problemen. Amazon wil nu in z'n supermarkten toewerken naar "slimme" winkelkarren met sensoren die registreren welke producten in de winkelkar terechtkomen en er eventueel weer uit verdwijnen. Zo wordt je aankooplijst automatisch bijgehouden. Stel je voor dat jij als UX-onderzoeker het idee van deze slimme winkelkarren evalueert.



Amazon opent supermarkt zonder kassa's

Internetwinkel Amazon heeft in de Verenigde Staten een eerste, fysieke supermarkt geopend. Opvallend: je passeert bij het buitengaan geen kassa of kassiers, want die zijn er niet. De betaling gebeurt automatisch via je smartphone terwijl camera's en sensoren registreren wat je koopt.

Wim De Maeseneer
ma 22 jan 2018 · 21:41

Voorbeeld van tentamenvraag

a. Usability wordt vaak onderverdeeld in verschillende aspecten of doelen (tip: we bespraken die in het eerste hoorcollege). Noem 2 usability-doelen die relevant zijn in deze context en leg uit. Geef voor elk doel aan of het van toepassing is voor klanten, supermarkten of beiden. (3 zinnen per doel, 3 punten)

Easy to use, dus of het makkelijk te gebruiken is. Dit is toepasselijk voor klanten, want zij gebruiken het. Of het gelijk duidelijk is wat er moet gebeuren en hoe, dit is van toepassing voor klanten, want zij gebruiken immers het product



effectiveness (behaal ik me doelen echt, bv echt afrekenen), efficiency (geen tijd verlies, het zo snel mogelijk), utility (is het gebruiksvriendelijk), safety, learnability, satisfaction, memorability.

1. effectiveness: geldt voor beiden in mijn geval. Voor de klanten is het of ze echt hun boodschappen kunnen doen en kunnen betalen, gaat er niet teveel af en kijken de sensoren dus ook goed naar wat ze kopen. Voor Amazon is het dan van of de alle sensoren en camera's wel echt werken en of de betaling ook echt werkt om dit allemaal te laten werken. Wordt het doel - betalen zonder kassa- echt makkelijk gehaald of zijn er problemen.

2. safety: dit kan voor beiden gelden. hoe veilig is het betalen voor klanten met hun telefoon? Krijgt amazon hun gehele data en profiel met alles dat ze kopen? En voor Amazon is het meer een kwestie van of het veilig is dat mensen niet dingen gaan stelen en of mensen geen misbruik van gaan mensen van dit concept.



Voorbeeld van tentamenvraag

a. Stel dat je de usability van slimme winkelkarren wilt vergelijken met die van handmatige selfscanners. Waarom is een A/B-test hiervoor geen geschikte onderzoeksmethode? (6 zinnen, 2 punten)

Een A/B test wordt gebruikt in instanties wanneer er maar 1 duidelijk verschil zit tussen de producten die je onderzoekt. Bijvoorbeeld je hebt twee versies van een website, en het enige verschil is de kleurgebruik. Bij de slimme winkelkarren en handmatige zelfscanners zijn er te veel verschillen tussen de producten, en dus kan je niet precies onderzoeken wat dan het ene product beter maakte dan het andere product. Er is niet 1 duidelijk verschil die je gaat onderzoeken met de A/B test.



AB testing is niet geschikt omdat je niet alleen een metriek hebt waarmee je usability kan meten. Je hebt meerdere die je voor een onderzoek zou kunnen combineren doormiddel van triangulatie zowel kwalitatief (e.g. satisfaction) als kwantitatief (e.g. tijd, accuracy), maar er bestaat geen individuele usability metriek. AB testen specifiek of er verschil zit tussen twee groepen met een ook daadwerkelijke meetbare variabele, dus stel je wilt deze wel gebruiken zou je je onderzoek moeten specificeren op bijvoorbeeld tijd dat nodig is om de boodschappen af te ronden.



Q&A over de leerstof en het tentamen?





**Universiteit
Utrecht**

Sharing science,
shaping tomorrow