

RTU studiju kurss "Vizuālā komunikācija"

22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte

Vispārējā informācija

Kods	IVZ905
Nosaukums	Vizuālā komunikācija
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Viktorija Babiča - Augstskolas darbinieks ar uzņēmuma līgumiem
Mācībspēks	Deniss Ščoulovs - Doktors, Profesors Inta Klāšone - Doktors, Vecākais pasniedzējs
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Vizuālā komunikācija ir primārais veids, kā uzrunāt mūsdienu auditoriju. Studiju kurss sniedz izpratni par vizuālās komunikācijas - efektīva mārketinga instrumenta - paņēmieniem, iespējām un tendencēm. Studiju kurss ietver diskusijas par komunikācijas, uztveres un izziņas pamatteorijām.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir attīstīt studentu zināšanas un kompetences vizuālās komunikācijas jomā, veicināt iegūto zināšanu un kompetenču pielietojumu mārketinga kampaņu veidošanā. Uzdevumi: 1. Pilnveidot studentu izpratni par vizuālās komunikācijas elementiem. 2. Attīstīt studentu spējas analizēt vizuālās komunikācijas iespējas, izvēlēties piemērotas vizuālās komunikācijas metodes un novērtēt to efektivitāti. 3. Pilnveidot studentu kompetenci vizualizēt un prezentēt datu un teksta informāciju. 4. Pilnveidot studentu izpratni par korporatīvā tēla un reputācijas principiem un spējas veidot korporatīvo tēlu caur vizuālās komunikācijas kanāliem.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgais darbs ietver vizuālās komunikācijas stratēģijas plāna izstrādi un situācijas uzdevumu risināšanu.
Literatūra	Bū Bergstrens. Vizuālā komunikācija. Rīga: Jāņa Rozes apgāds, 2009. Harry Jamieson. Visual communication: more than meets the eye. Bristol: Intellect Books, 2007. Rex Hartson, Pardha S. Pyla. The UX Book: process and guidelines for ensuring a quality user experience. Boston: Elsevier, 2012. Ken Smith, Sandra Moriarty, Keith Kenney. Handbook of visual communication: Theory methods and media. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2005 Levioldi, Virginio Cantoni, Bertrand Zavidovique. Visual Cues, Contexts and Channels: Perception and Communication Through Pictures. Elsevier Science Ltd, 2011 Charles Kostelnick. Humanizing Visual Design: The Rhetoric Of Human Forms In Practical Communication. Routledge, 2019 Erik Spiekermann. Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works. Adobe Press, 2013
Nepieciešamās priekšzināšanas	E-komercija un mārketing.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Ievads, jēdzieni. Industrija 4.0.: Biznesa digitālā transformācija.	2	2	1	6
Lietotāju pieredze (UX), izziņas teorija, uztveres teorija.	6	5	2	8
Vizuālā retorika un semiotika.	4	4	1	4
Vizuālā komunikācija, naratoloģija, vizuālās ētikas teorija, vizuālās kompetences, vizuālā inteliģence.	6	8	3	6
Virtuālo mediju tehnoloģijas, attēlu un video krājumi, autortiesības.	4	4	2	8
Radoša vizualizācija, skatienu izsekošanas metodika. Vizuālā izziņa.	6	4	2	8
Vizuāls stāstījums mārketingā.	6	6	2	10
Vizuālās komunikācijas efektivitātes novērtējums.	4	2	2	8
AB informācijas vizualizācija un prezentācija.	2	5	1	6
Kopā:	40	40	16	64

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Spēj noteikt datu vizualizācijas iespējas, izvēlēties atbilstošu informācijas prezentācijas stilu.	Praktiskās darbnīcas, situācijas uzdevumu risināšana.
Spēj pareizi izmantot vizuālās komunikācijas rīkus.	Praktiskie uzdevumi, individuālais projekts un tā prezentācija.
Spēj novērtēt vizuālās komunikācijas pievienoto vērtību biznesa stratēģijā.	Gadījumu izpēte, diskusija, eseja.
Spēj izstrādāt vizuāla stāstījuma stratēģiju.	Grupu projekts, individuālā darba prezentācija.

Spēj analizēt vizuālās komunikācijas elementus, izmantojot teorētiskās zināšanas.	Situācijas uzdevumu risināšana, diskusija, pārbaudes darbs.
Spēj veidot korporatīvo tēlu, izmantojot vizuālās komunikācijas kanālus.	Individuālais projekts un tā prezentācija.
Spēj pamatot individuālā projektā izmantoto pieeju un metožu izvēli projekta aizstāvēšana laikā.	Individuālā projekta prezentācija.
Spēj veikt situācijas analīzi un pielietot teorētiskās zināšanas praktisko uzdevumu risināšanā.	Eksāmens.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Praktiskie individuālie (individuālais projekts, praktiskie uzdevumi, gadījumu izpēte, eseja) un grupu darbi (praktiskās darbības, situācijas uzdevumi, grupu projekts)	30
Individuālā projekta prezentācija, dalība diskusijās un proaktivitāte	30
Pārbaudes darbs	10
Eksāmens	30
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	2.0	2.0	0.0		*	