

RTU studiju kurss "Tēla veidošana: teorija un dizains"**OR000 Rēzeknes akadēmija****Vispārējā informācija**

Kods	RA0511
Nosaukums	Tēla veidošana: teorija un dizains
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītājs	Silvija Mežinska - Lektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Studiju kurss sniedz studentiem teorētiskas zināšanas un praktiskas iemaņas tēla veidošanas pamatos dažādos kontekstos — organizāciju, produktu un pakalpojumu līmenī. Kursā ietvaros studenti apguvis tēla dizaina nozīmi mūsdienu komunikācijā, analizēs tā aktualitātes un mācīsies identificēt vajadzības, kas saistītas ar tēla attīstību dažādām mērķauditorijām. Uzmanība tiks veltīta tēla konceptuālai izstrādei, inovatīvu un kvalitatīvu risinājumu izveidei, kā arī radošo metožu pielietošanai tēla dizaina praksē. Kurss attīsta spēju domāt stratēģiski, pielietot dizainprātību un reflektēt par tēla veidošanas ietekmi uz sabiedrību, zīmolu uztveri un komunikācijas efektivitāti.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Attīstīt studentu kompetenci tēla dizaina teorētiskā izpratnē un praktiskā pielietošanā, sekmējot stratēģisku un radošu domāšanu tēla veidošanas procesos dažādos komunikācijas un zīmolvērtības kontekstos. - Izprast un skaidrot tēla veidošanas pamatprincipus, funkcijas un nozīmi organizāciju, produktu un pakalpojumu komunikācijā. - Analizēt tēla dizaina aktuālās tendences un atpazīt vajadzības dažādām mērķauditorijām, izvērtējot sociālos, kultūras un tirgus kontekstus. - Izstrādāt konceptuālus risinājumus tēla izveidei, veidojot kvalitatīvus un inovatīvus dizaina priekšlikumus. - Izvēlēties un pielietot piemērotas radošās metodes tēla veidošanā atbilstoši komunikācijas mērķiem un dizaina stratēģijai. - Veidot stratēģisku pieeju tēla attīstībai un spēt pamatot lēmumus dizaina procesā, sasaistot tos ar zīmola identitāti un auditorijas vajadzībām. - Reflektēt par tēla dizaina ietekmi uz sabiedrību, zīmolu uztveri un komunikācijas efektivitāti, attīstot kritisko domāšanu un pašrefleksiju.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studentu patstāvīgais darbs tiek organizēts secīgi vairākos posmos, attīstot gan teorētisko izpratni, gan praktiskās prasmes. Uzdevumi tiek veikti individuāli un nelielās grupās, veicinot gan atbildību par individuālo pienesumu, gan sadarbību. 1. Tēla analīze konkrētam zīmolam/organizācijai; 2. Mērķauditorijas vajadzību izpēte; 3. Koncepta izstrāde konkrētam tēlam; 4. Radošās/dizaina metodes (iespējamās vairākas) piemērošana praktiskajam projektam; 5. Rezultātu izvērtējums, refleksija
Literatūra	Obligātā / Obligatory: 1. Bergstrem, Bū (2009). Vizuālā komunikācija Jāņa Rozes apgāds, 240 lpp. 2. Olins, Wally (2008). The Brand Handbook. Thames & Hudson. 3. Wheeler, Alina (2017). Designing Brand Identity. Wiley. 4. Margolin, Victor (2002). The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies. University of Chicago Press. 5. Kazmierczak, Elzbieta (2003). A Semiotic Perspective on Visual Communication. 6. Johnson, Michael Branding, New York, NY : Thames & Hudson Inc., 2016. 320 lpp. Papildu / Additional: 1. Designing Cultures of Care, Edited by Laurene Vaughan (RMIT University, Australia) Bloomsbury Visual Arts, 2023. 264 p. 2. Kuhteubl, Kim Branding + Interior Design: Visibility and Business Strategy for Interior Designers, Atglen : Schiffer Publishing, 2016. 239 lpp. III Interneta resursi un periodika / Periodical literature and other sources of information: https://www.startdesign.lv/empatijas-nozime-izpetes-procesa https://www.fold.lv/category/teorija/ www.design.lv http://design.lv/lv/lds/profesionala-etika
Nepieciešamās priekšzināšanas	Kursa apguvei nepieciešamās priekšzināšanas: pamatzināšanas dizaina teorijā un praksē, interjera dizaina studiju kursos.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienēs studijas		Nepilna laika neklātienēs studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
1. Studiju kursa mērķi, uzdevumi, sasniegtie rezultāti. Tēla jēdziens un funkcijas komunikācijā.	2	0	0	0
2. Zīmolvērtība un tēla stratēģiskā veidošana. Tēla analīze zīmolam/organizācijai.	2	4	0	0

3. Vizuālā kultūra un komunikācija. Tēla semiotika un vizuālās komunikācijas pamati.	4	0	0	0
4. Mērķauditoriju segmentācija un vajadzību izzināšana, izpēte. Estētiskās vērtības un to loma. Ētiskie aspekti dizainā.	4	6	0	0
5. Tēla dizaina vēsturiskās un mūsdienu tendences, aktualitāte. Zīmola vērtības.	4	8	0	0
6. Tēla koncepts un naratīvs, dizaina algoritms, struktūra, komponentu analīze. Tēla pielietojuma piemēri.	4	8	0	0
7. Radošās metodes tēla izstrādē. Asociāciju teorija un asociatīvais tēla dizains. Tēla vizuālās identitātes izstrāde.	4	10	0	0
8. Tēla projekta izstrāde, kvalitātes, autentiskuma un inovācijas kritēriji.	4	10	0	0
9. Portfolio izveide un prezentācija.	4	6	0	0
Kopā:	32	52	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Zināšanas Demonstrēt zināšanas par tēla veidošanas teorētiskajiem pamatiem un funkciju dažādos komunikācijas kontekstos, tā ētiskiem un estētiskiem aspektiem. Analizēt un interpretēt tēla dizaina aktualitātes, balstoties uz tirgus un sociālo vajadzību izpēti.	Eseja, diskusija par situācijas analīzi Vērtēšanas kritēriji: piemērota terminoloģijas lietošana, spēja izskaidrot galvenos jēdzienus un to saistību ar komunikāciju, piemēru lietojums teorijas ilustrēšanai, atbilstība aktuālajām tendencēm.
Prasmes Izstrādāt konceptuālu tēla risinājumu, kas atbilst noteiktam komunikācijas mērķim un auditorijas vajadzībām. Izmantot radošās metodes un dizainpratības principus, veidojot inovatīvus un kvalitatīvus tēla dizaina priekšlikumus. Pamatot izvēlēto pieeju un dizaina risinājumus, sasaistot tos ar zīmola identitāti un stratēģisko mērķi.	Praktisks projekts, konteksta izpēte Spēja formulēt tirgus vajadzības. Vērtēšanas kritēriji: risinājuma atbilstība uzdevumam, mērķauditorijas vajadzību integrācija, analītiska pieeja datu interpretācijai. Praktiskais darbs (vizualizācijas); procesa apraksts: izmantotās metodes Vērtēšanas kritēriji: radošums un inovatīva pieeja risinājumam, atbilstošu metožu lietojums, dizaina priekšlikumu kvalitāte.
Kompetences Spēj patstāvīgi vai darba grupā kritiski izvērtēt tēla veidošanai izvirzāmās prasības, analizējot zīmolu piemērus, reflektēt par tēla dizaina nozīmi, tā ietekmi uz sabiedrību un komunikācijas efektivitāti. Spēj precīzi sagatavot izpētes procesā iegūto informāciju, kas nepieciešama tēla dizaina projekta izstrādei mūsdienu kontekstā.	Portfolio prezentācija, diskusija un pašvērtējums Vērtēšanas kritēriji: izklāsta skaidrība un loģika, spēja sasaistīt risinājumu ar zīmola būtību, argumentēta prezentācija, kritiskā domāšana un sava darba vērtēšanas spēja.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Piedalīšanās lekcijās, seminārnodarbībās un diskusijās	20
Praktisko un patstāvīgo darbu novērtējums,	40
Diferencēta ieskaite –projekta prezentācija	40
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	12.0	20.0	0.0	*		