

RTU studiju kurss "Dizains: produktu identitāte"

0L000 Liepājas akadēmija

Vispārējā informācija

Kods	LA0492
Nosaukums	Dizains: produktu identitāte
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītbspēks	Pēteris Riekstiņš - Lektors
Mācītbspēks	Rogier Gerben Jupijn - Pasniedzējs Līga Sakse - Pasniedzējs
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 6.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Modulī studenti apgūs produkta vizuālās identitātes pamatelementu izstrādi. Apgūstot dizaina domāšanas pamatprincipus un vizuālās uztveres likumsakarības, kā arī programmēšanas valodas, studenti izveidos produkta logo, etiķeti, vizuālās identitātes vadlīnijas un responsīvu mājas lapu.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Moduļa mērķis ir radīt izpratni par produkta vizuālās identitātes pamatprincipiem un svarīgākajiem elementiem. Uzdevumi: Veidot izpratni par web dizainu un produkta mājas lapas lietojamību un atrodamību, prasmes izveidot produkta logotipu, etiķeti, vizuālās identitātes vadlīnijas un mājas lapu.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Literatūras un avotu analīze, tehniskie vingrinājumi patstāvīgi, lai spētu izveidot produkta vizuālo identitāti un tās pieklūstamību tiešsaistē – izveidot logo, izveidot etiķetes dizainu, izveidot produkta vizuālās identitātes vadlīnijas, izstrādāt mājas lapu produktam ar responsīvu dizainu, lietojamību, redzamību meklētājā, iespēju dalīties ar saturu sociālajos tīklos un ievērojot zīmola vizuālās identitātes vadlīnijas.
Literatūra	Obligātā/ Obligatory: 1. Baggerman, Lisa Web Design that Works Rockport, 2001. 143 p. 2. Beaird, Jason The Principles of Beautiful Web Design Sitepoint, 2010. Xix, 196 p. 3. Lewrick, Michael The Design Thinking Playbook Hoboken : Wiley, 2018. 352 p. Papildu/ Additional: 1. Anderson, Paul Web 2.0 and Beyond CRC Press, 2012. Xxix, 378 p. 2. Reis, Dalcacio Product Design in the Sustainable Era Taschen, 2010. 439 p. 4. The Psychology of Design Routledge, 2016. Xxi, 354 p. 5. Muratovski, Gjoko Research for Designers SAGE, 2016. Xxxi, 242 p. 6. Julier, Guy The Culture of Design SAGE, 2014. Xvi, 280 p. 7. Shneiderman, Ben Designing the User Interface Addison-Wesley, 2010. 624 p. Citi informācijas avoti/ Other sources of information: 1. https://wordpress.org/ 2. https://www.wix.com/ 3. https://squarespace.com/ 4. https://miro.com 5. https://www.figma.com/ 6. https://codepen.io/ 7. https://glitch.com/ 8. https://www.w3.org/WAI/ 9. https://web.dev/learn/accessibility/ 10. https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide 11. https://developer.mozilla.org/ 12. https://web.dev/ 13. https://www.w3schools.com/
Nepieciešamās priekšzināšanas	"Interaktivitātes dizaina pamati jaunajiem medijiem" "Grafikas dizaina pamati jaunajiem medijiem"

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Mērķu un problēmas apzināšana Mērķauditorijas izpēte. Konkurentu uzskaitījums. Logo paraugi, kas atbilst izvēlētajam stilam. Produkta unikalitātes uzsveršana.	2	0	0	0
Logo izstrāde Skicēšana. Vektorizēšana. Reverss. Prototipa izgatavošana. Testēšana. Logo raksturīgās tendences. Simetrija. Līdzsvars. Imitēta dinamika.	4	8	0	0

Iepakojuma dizains Produkta etiķete. Vēstījums uz etiķetes. Etiķetes funkcijas un izvietojums. Kā visu nepieciešamo izvietot uz etiķetes? Drukas tehniskie apsvērumi un dati. Drukas izdevumu budžets. Svītrkods. 3 mm pārļaides, krāsu kodi u.c. tehniskās prasības un dažādu drukas materiālu izmantošana. Kartspiede, ultraspīdīga UV laka, apdare ar spīdumiem, gumijas pārklājums, matējums. Izplatītākie produktu etiķešu veidi.	4	8	0	0
3 soļu princips: uzmanības piesaistīšana – intriga - vēstījums Kompozīcijas pamatprincipu atkārtošana.	4	8	0	0
Produkta prezentācija klientam. Produkta līnija. Prezentācijā jānorāda ieguvumi un iespējas. Etiķetes dizaina variācijas ar stilistiski līdzīgiem attēliem, ko ērti aizstāt ar līdzīga stila vizuālo kodu.	4	8	0	0
Zīmola atpazīstamība Vienota zīmola tēla veidošana, kas veicina zīmola atpazīstamību. Paraugi vienoti izstrādātām reklāmas veidnēm. Uzdevums analizēt attēlus, kuros ir iekodēti dažādi emocionālie vēstījumi, uzsverot, ka krāsa ir jutīgs vizuālās komunikācijas rīks un līdzeklis.	6	8	0	0
Ilgspēja Ilgspējīgu materiālu aktuāli paraugi. Problēmu risinājumi	2	6	0	0
Produkta fotogrāfija Dabisks un mākslīgs apgaismojums. Produkta izkārtojums un detaļas. Fons. Nevajadzīgie atspulgi. Ēnu koriģēšana. Produkta fotografēšana ietver stāstu ar gaismu, tonalitāti, asuma dziļumu, kadrējumu un kompozīciju.	4	6	0	0
Produkta identitātes dizaina vadlīniju prezentācijas un atgriezeniskā saite	4	20	0	0
Ievads, klātbūtne tiešsaistē (URL koplietošana sociālajos tīklos, SEO), lietojamība (responsīvs dizains) un iekļaujošs dizains (lasāmība, ekrāna lasītāji, kontrasta režīmi, vienkāršoti skati)	2	6	0	0
Tīmekļa tehnoloģijas, HTML, CSS, JavaScript, WordPress, Wix	4	6	0	0
Tīmekļa dizains, Figma, vieturu attēli, wireframes, Miro, Google Fonts	4	6	0	0
Tīmekļa programmēšana, HTML, CSS, Codepen.io	16	6	0	0
Studentu patstāvīgo darbu prezentācijas — produkta tīmekļa lapa	4	8	0	0
Kopā:	64	104	0	0

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Zināšanas: - Izveidojusies izpratne par produkta identitātes pamatjēdzieniem; - Iegūtas pamatzināšanas par iepakojuma dizaina funkciju un pielietojumu praksē;	Vērtēšanas metodes: Aktīva līdzdalība lekcijās, semināros un diskusijās. Patstāvīgo uzdevumu prezentācijas un analīze. Eksāmena darbs (produkta identitātes vadlīnijas un produkta mājas lapas prezentācija). Kritēriji: Projekta atbilstība izvirzītajam mērķim un uzdevumiem Patstāvīgais darbs un māksliniecisko ideju oriģinalitāte Tehniskā kvalitāte un pasniegšanas veids Regulārs darbs semestra laikā Eksāmena uzdevums tā prezentācija
Prasmes: - Zina un prot pielietot iekļaujoša un responsīva web dizaina pamatprincipus; - Prot izmantot dažādas mājas lapu veidošanas platformas (WordPress, WIX, Squarespace); - Pārzina un prot izmantot dizaina un sadarbības rīkus (Figma, Miro, codepen.io, glitch.io), lai klientam izveidotu mājas lapas (HTML, CSS, JS) un nodrošinātu produkta pārstāvēniecību tiešsaistē.	Vērtēšanas metodes: Aktīva līdzdalība lekcijās, semināros un diskusijās. Patstāvīgo uzdevumu prezentācijas un analīze. Eksāmena darbs (produkta identitātes vadlīnijas un produkta mājas lapas prezentācija). Kritēriji: Projekta atbilstība izvirzītajam mērķim un uzdevumiem Patstāvīgais darbs un māksliniecisko ideju oriģinalitāte Tehniskā kvalitāte un pasniegšanas veids Regulārs darbs semestra laikā Eksāmena uzdevums tā prezentācija

Kompetence: - Iegūtas kompetences, kas nepieciešamas, lai patstāvīgi izmantotu dizaina domāšanas pamatprincipus atbilstoši savai specialitātei.	Vērtēšanas metodes: Aktīva līdzdalība lekcijās, semināros un diskusijās. Patstāvīgo uzdevumu prezentācijas un analīze. Eksāmena darbs (produkta identitātes vadlīnijas un produkta mājas lapas prezentācija). Kritēriji: Projekta atbilstība izvirzītajam mērķim un uzdevumiem Patstāvīgais darbs un māksliniecisko ideju oriģinalitāte Tehniskā kvalitāte un pasniegšanas veids Regulārs darbs semestra laikā Eksāmena uzdevums tā prezentācija
---	---

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Logo dizains	15
Etiķetes dizains	15
Produkta vizuālās identitātes vadlīniju dokuments un prezentācija	20
Wordpress mājas lapa	15
Esošas mājas lapas pieklūstamības risinājumi	15
Mājas lapas dizaina izstrāde ar Figma un tās prezentācija	20
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	6.0	32.0	32.0	0.0		*	