MIKC „Daugavpils Dizaina un mākslas vidusskola Saules skola”

Mācību priekšmets: **Navigācijas dizaina pamatprincipi**

Specialitāte: **Interjera dizainera asistents**
2. kurss.

«Telpu vizuālās navigācijas izveide»
Metodiskā izstrādne

Izstrādnes autors: **Vladimirs Jeberza**

Daugavpils
2025

Anotācija

Vladimirs Jeberza

«Telpu vizuālās navigācijas izveide»

Sasniedzamais rezultāts:
Audzēkņi patstāvīgi, ievērojot uzņēmuma stilu, veido telpu vizuālo navigāciju.

Mērķauditorija (programmas nosaukums, kurss vai pedagogi):
2. kursa Interjera dizainera asistenta nodaļas audzēkņi

Metodiskās izstrādnes praktiskais pielietojums:
Uzdevums «Navigācijas dizaina pamatprincipi» mācību priekšmetam

Uzskates un citi mācību līdzekļi:
Zīmola rokasgrāmatas un korporatīvā stila analīze. Korporatīvo krāsu un stilu izmantošana telpu vizuālās navigācijas noformējumā.

Metodiskās izstrādnes aktualitāte/novitāte:
Radošs darbs, kas māca audzēkņiem analizēt korporatīvo stilu, lai to izmantotu telpu vizuālajā navigācijā. Aktuāla prasme strādāt ar interjera stilu, balstoties uz klienta zīmolu.

Saturs

IEVADS 4

1. POTENCIĀLĀ KLIENTA IZVĒLE 5

2. ZĪMOLA ANALĪZE 6

3. PIEMĒRU APSKATE 7

4. VIZUĀLĀS NAVIGĀCIJAS SKICĒŠANA 8

5. NAVIGĀCIJAS ZĪMĒŠANA 9

SECINĀJUMI 10

LITERATŪRAS SARAKSTS 11

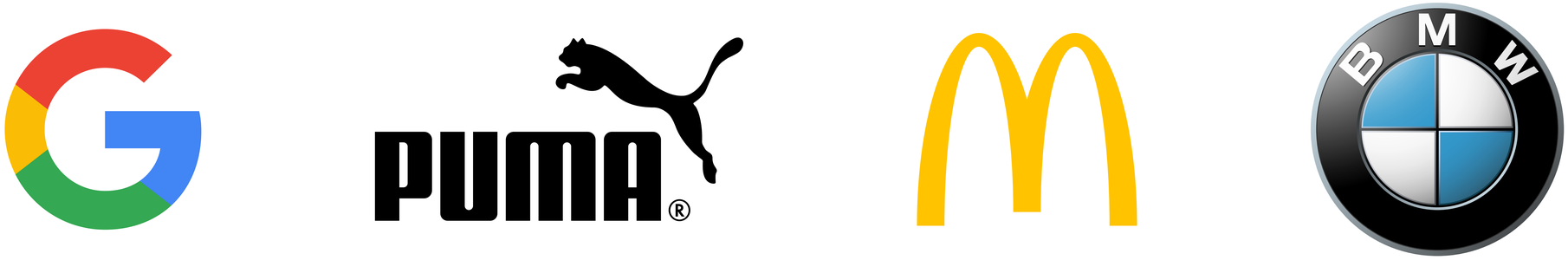
PIELIKUMI 12

Ievads

Otrā kursa audzēkņi jau pietiekami apguvuši darbu gan ar grafiskajiem redaktoriem, gan prasmi strādāt ar skicēm. Šis uzdevums no viņiem prasīs abas šīs iemaņas. Galvenais uzdevuma mērķis ir spēja strādāt kompleksi.
Tas palīdzēs audzēkņiem attīstīt radošo domāšanu un spēju sasaistīt dažādus dizaina elementus vienotā koncepcijā. Tāpat uzdevums veicina precizitāti un plānošanas prasmes, kas ir būtiskas profesionālā darbībā.

Potenciālā klienta izvēle

Audzēkņi izvēlas sev tīkamu tēmu un zīmolu, lai izveidotu telpu vizuālo navigāciju nākotnē.



Es speciāli dodu audzēkņiem iespēju pašiem izvēlēties tēmu un zīmolu, jo tādā gadījumā viņi kļūst aktīvāki un ieinteresētāki gala rezultātā.

Zīmola analīze

Tas ir viens no svarīgākajiem uzdevuma aspektiem, jo audzēkņiem ir jāizprot izvēlētā zīmola galvenie noteikumi.

- **Fonts**
- **Krāsas**
- **Zīmolam raksturīgais raksts**
- **Atstarpes**
- **Forma**

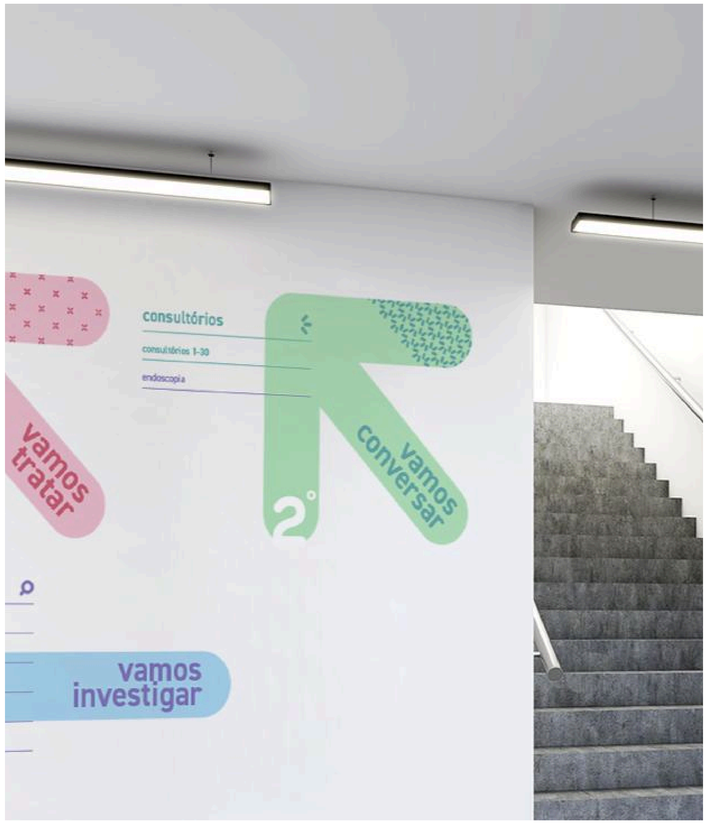


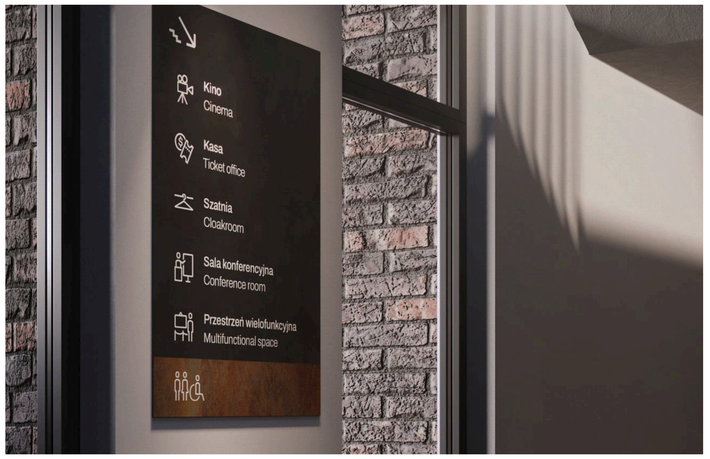
Adidas oficiālā vadlīnija

Daudz vienkāršāk ir strādāt, ja ir pieejams zīmola rokasgrāmata, kurā detalizēti aprakstīti visi zīmola un palīggrafikas lietošanas noteikumi, taču šādas rokasgrāmatas parasti ir tikai lielajiem zīmoliem.

Piemēru apskate

Mēs ar audzēkņiem skatāmies citu uzņēmumu veiksmīgus vizuālās navigācijas risinājumus, iedvesmojamies no profesionāļu darbiem.
Svarīgi ir analizēt šos darbus, norādot veiksmīgo risinājumu piemērus un paskaidrojot audzēkņiem, kāpēc tie ir veiksmīgi.





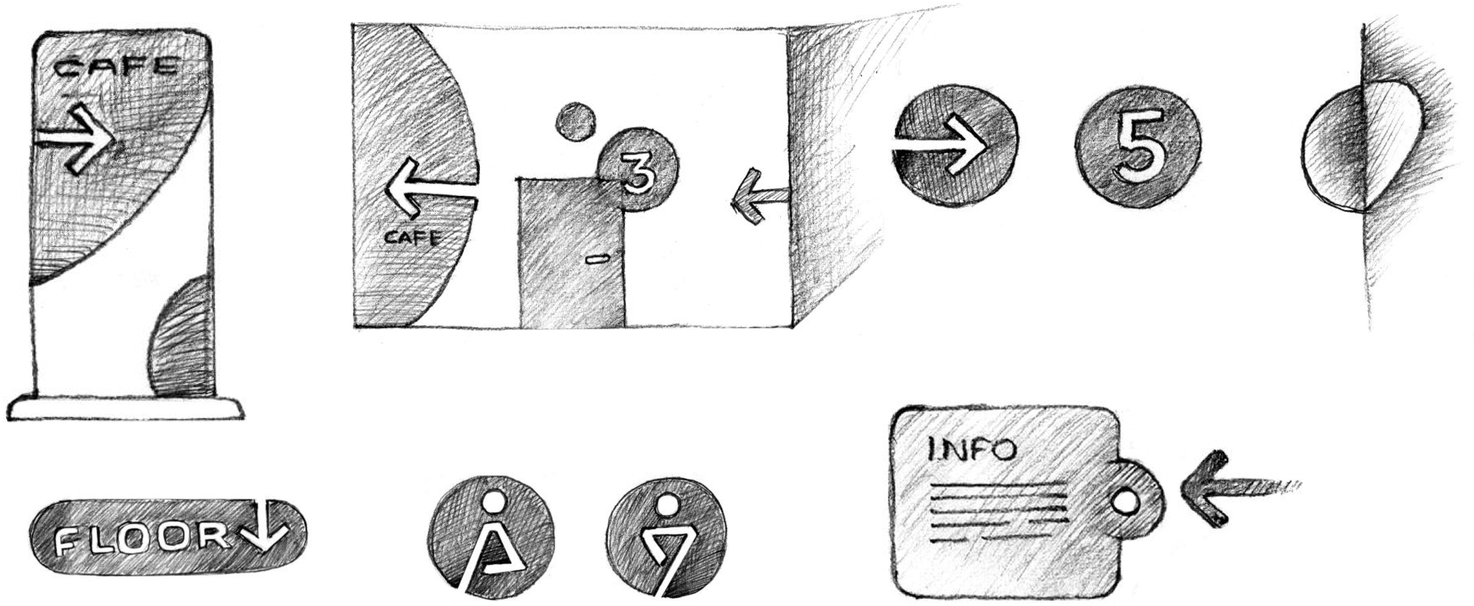






Vizuālās navigācijas skicēšana

Skices izstrādes posms palīdz ietaupīt ļoti daudz laika radīšanas procesā, jo tas aizņem ievērojami mazāk laika nepieciešamās idejas un formas meklēšanai.



Navigācijas elementu komplekss

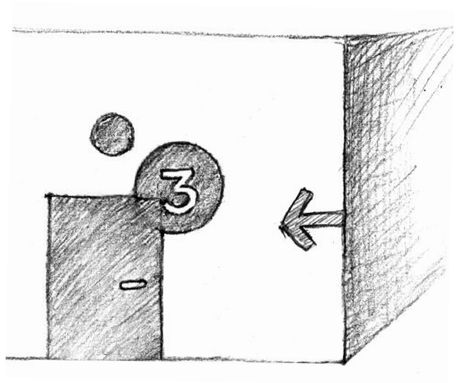
Skicēs jāņem vērā zīmola forma un stils. Piemēram, ja tas ir sporta zīmols ar kursīvā stilā veidotu logotipu, tam jāatspoguļojas arī biroja vizuālajā navigācijā.

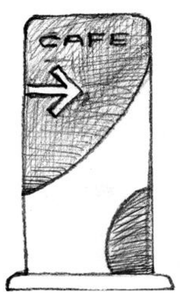
Navigācijas zīmēšana

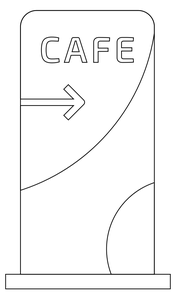
Audzēkņi vispirms pārnes savas idejas vektorgrafikā, un pēc tam demonstrē darbu vidē.



Biroju numerācija









Plāksnīte uz caurspīdīga fona

Secinājumi

- Šis uzdevums māca analizēt zīmolu un izmantot tā galvenos elementus telpas noformējumā.

- Audzēkņi mācās kompleksi izmantot savas prasmes (skices, vektora un rastra grafiku).

- Audzēkņi mācās strādāt ar pilnu projektu pa posmiem, kurā parasti tiek iesaistīta vesela komanda.

Literatūras saraksts

- Calori, C. un Vanden-Eynden, D. Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems. Hoboken: Wiley, 2015.

- Gibson, D. The Wayfinding Handbook: Information Design for Public Places. New York: Princeton Architectural Press, 2009.

- Mollerup, P. Wayshowing > Wayfinding: Basic & Interactive. Amsterdam: BIS Publishers, 2013.

Pielikumi

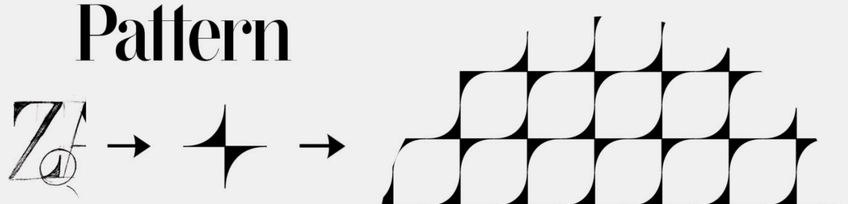
Audzēkņu darbi

Skices

Skices tika veidotas balstoties uz zara logotipu un tā niansēm.
Skiču izveides procesā tika izpētīts arī kompānijas piedāvājumu un preču klāsts, lai labāk izprastu tās stilu un patikas. Pēc veiktās
analīzes, tapa secinājums, ka
Zara balstās uz modi neizmasntojot neko lieku, kas izpaužās gaumīgās lietās+minimalismā. Jau pēc visām šīm darbībām tapa
skices kurās tika apvienots viss, kas piemīt zaras stilam.



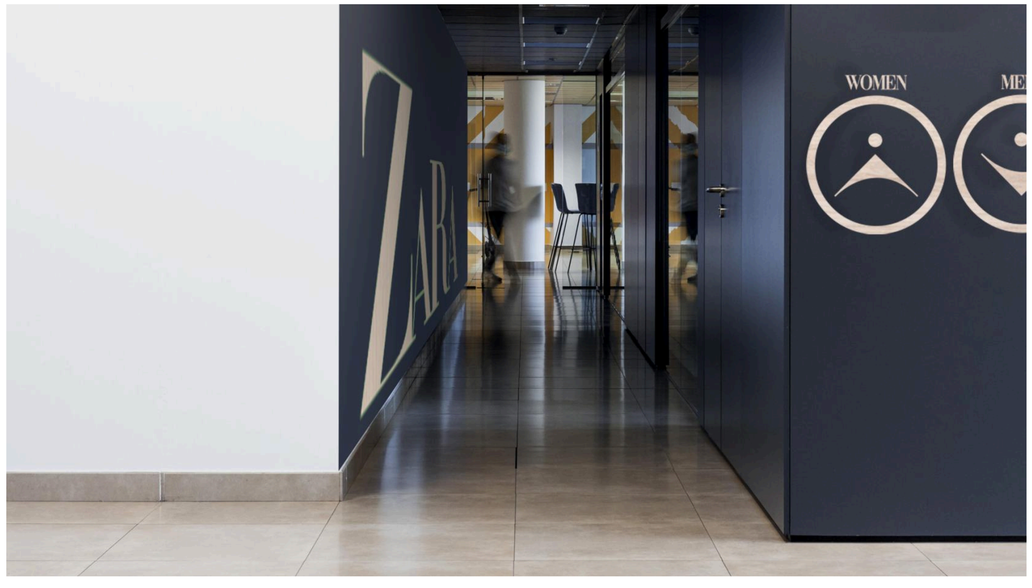
Pattern



Izmantojot, vienu elementu no zaras
logotipa tiek veidots noteikts ornaments, kas turpmāk tiks izmantots offisa noformējumā.



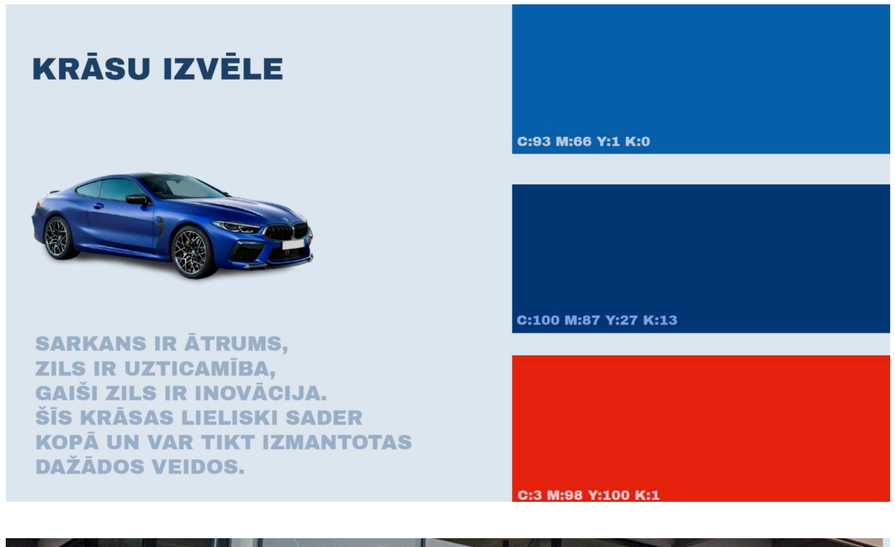
Attēlā redzams moderns
biroja gaiteņa interjers
ar liftu. Kreisajā pusē pie
sienas ir stilizēts norāžu dizains ar numuriem "3", "2", "1", kas
simbolizē stāvus, un vārdu "OFFICE", kas
norāda uz biroja telpām. Labajā pusē
atrodas sudrabkrāsas lifts ar spīdīgām durvīm un pogām, bet fonā
redzamas kāpnes, kas ved augšup. Dizains ir elegants un mūsdienīgs,
dominē tumši zilu toņi un minimālistisks stils.

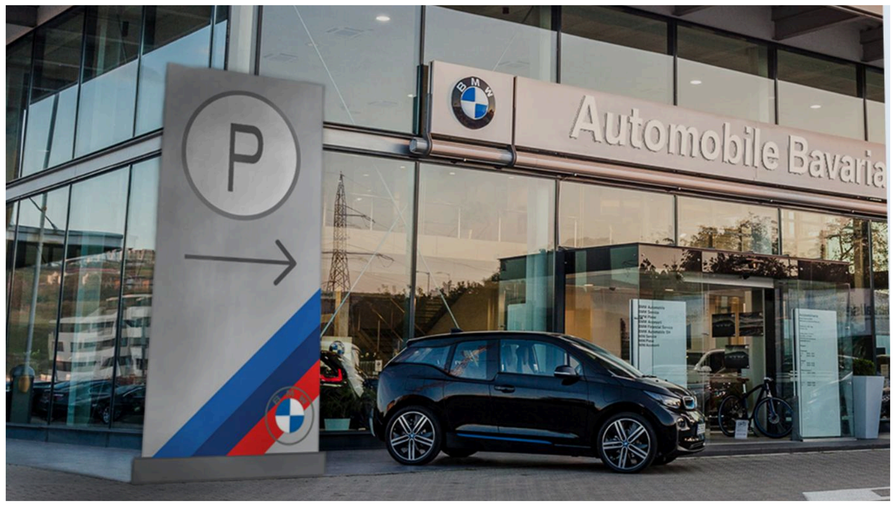


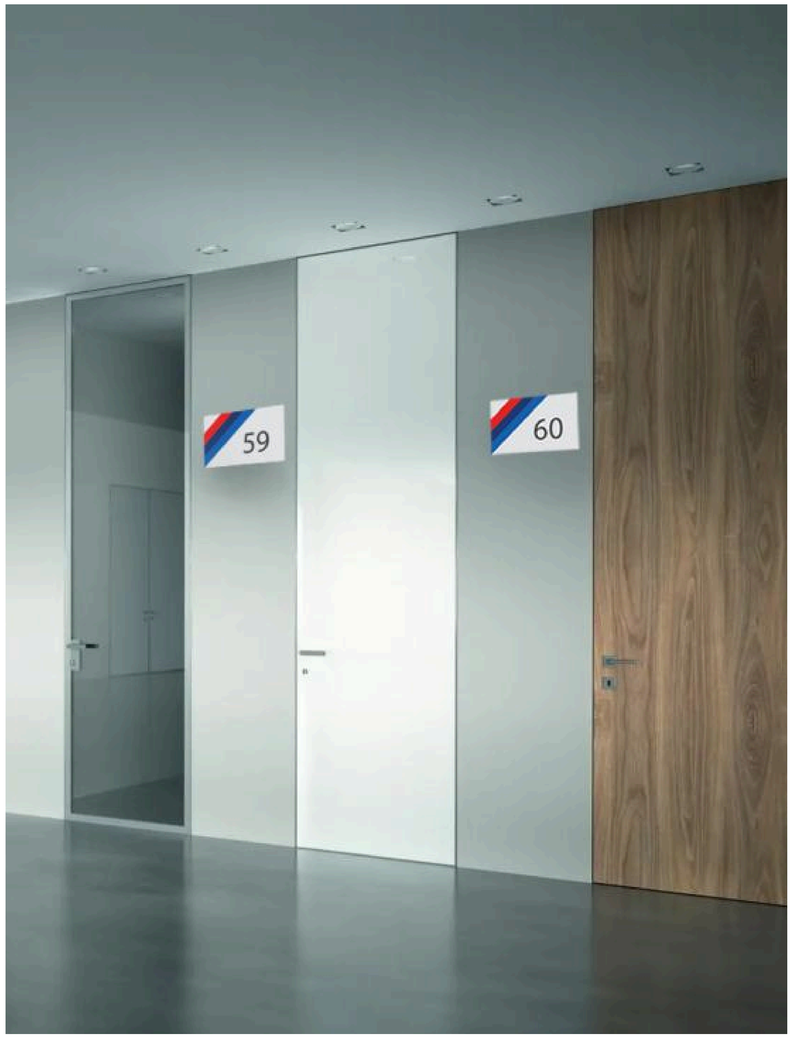
Autors: Marta Fedotova

Pielikumi

Audzēkņu darbi



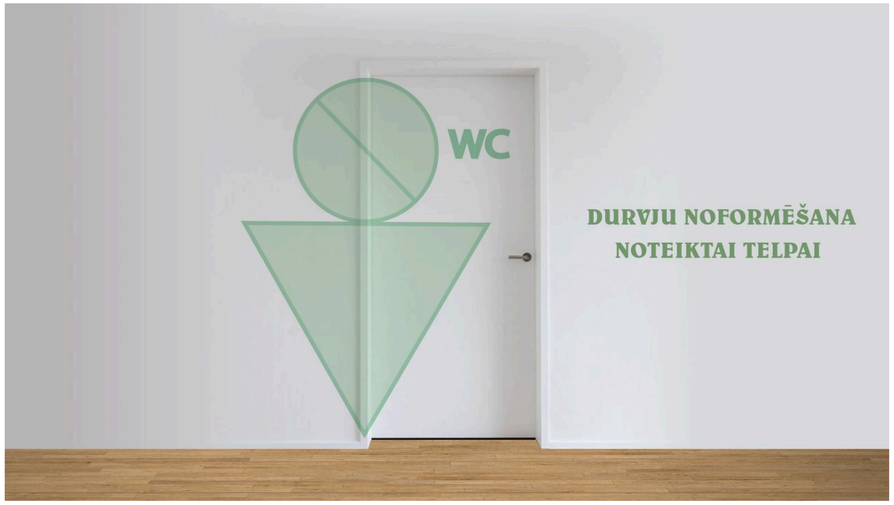




Autors: Ksenija Hodakova

Pielikumi

Audzēkņu darbi







Autors: Evelina Hodinska

Pielikumi

Audzēkņu darbi





Autors: Adriana Vanaga

Pielikumi

Audzēkņu darbi







Autors: Viktorija Nikiforova