

Õppeasutus:

Graphicmania Academy / Graphicmania OÜ

Täiskasvanuhariduse majandustegevusteade number 250522

<https://academy.graphicmania.ee/>

Õppekava kinnitamise kuupäev ja number:

21.03.2025

Õppekava nimetus:

„Sügavkursus graafilises disainis: tee juniorist middle-spetsialistiks“

Õppekeel:

Vene keel

Õppekava rühm:

0211 Audiovisuaalsed tehnikad ja meedia tootmine

Õppekava koostamise alus:

Kursus on jätk graafilise disaini baaskursusele, mis hõlmab disaini põhialuseid, tööd graafiliste redaktoritega, visuaalse identiteedi loomist ning põhitüüpi visuaalseid materjale. Käesolev kursus annab osalejatele võimaluse süvendatult õppida keerulisemaid graafilise disaini aspekte, nagu strateegiline bränding, kontseptuaalne mõtlemine, redesign ja rebränding, samuti erinevatele kandjatele suunatud disaini loomine.

Üldeesmärk:

Kursuse eesmärk on anda osalejatele teadmised ja praktilised oskused, mis on vajalikud liikumiseks junior-tasemelt middle-tasemele graafilise disaini valdkonnas. Kursus on suunatud võimekuse arendamisele töötada keerukamate disainiülesannetega, teha koostööd meeskonnas ning kaitsta oma projekte ja ideid.

Sihtgrupp:

Disainerid, kellel on juba töökogemus (junior) ja kes soovivad liikuda järgmisele tasemele (middle), samuti need, kes tahavad õppida looma keerukamaid ja strateegiliselt suunatud disainilahendusi.

Õpiväljundid:

- Arendab ja rakendab brändingu- ja visuaalse identiteedi kontseptsioone, sealhulgas redesign'i ja rebrandingut.
- Töötleb kompleksseid projekte, nagu merch'i disain ja reklaammaterjalid.
- Kasutab oma töödes kontseptuaalse mõtlemise meetodit.
- Rakendab edasijõudnud kompositsiooni- ja infograafikameetodeid reaalsetes projektides.
- Töötleb paralleelselt vähemalt kahe kliendiga, koostab kommertspakkumisi ja esitlusi, põhjendades oma disainilahendusi.

Õppe kogumaht ja ülesehitus, sh. auditoorse, praktilise ja iseseisva töö osakaal:

MAHT: 50 akadeemilist tundi, millest 26 tundi on auditoorne töö ja 24 tundi iseseisev töö

KURSUSE KESTUS: 14 nädalat

ÕPPEKESKKOND: online, Google Meet, salvestatud videod

ÕPPEVAHENDID: Arvuti/sülearvuti minimaalselt järgmiste nõuetega (tuleb endal soetada/omada):

- Protsessor 2,1 GHz
- Operatiivmälu 8 GB
- SSD kõvaketas 256 GB

- Videokaart (ükskõik milline)
- Windows 10, 11 või macOS
- Monitor minimaalse värvitäpsusega RGB 92%

Märkus: Adobe'i litsentseeritud tarkvara tellimus (https://www.adobe.com/cis_ru/creativecloud/plans.html) ei ole kursuse hinnas.

Õpingute alustamise tingimused:

Osalejal peab olema kogemus graafikaprogrammidega, nagu Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign, samuti arusaam kompositsiooni, värviteooria ja graafiliste formaatide alustest.

Soovitav on, et osalejal oleks juba kogemus graafilises disainis junior-tasemel või läbitud sissejuhatavad graafilise disaini kursused (näiteks kursus „Graafilise disaini alused“).

Õppe sisu:

Õpiväljund	Õppe sisu / Teemad	Koolitusmeetodid ja õppevormid	Maht ak. tundides
Auditoorne töö, praktiline töö, individuaalne töö	Moodul 1.	Loeng, arutelu, ajurünnakud, praktilised ülesanded, analüüs	Kokku: 26 akadeemilist tundi
Rakendab strateegilisi lähenemisi brändingule ja oskab siduda disainilahendusi äri eesmärkidega.	<u>Strateegiline mõtlemine disainis</u> 1. Analüüsime ärieesmärke ja brändi positsioneerimist. 2. Seome visuaalsed lahendused sihtrühmaga.	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2

	3. Sõnastame disaini tõhususe kriteeriumid.		
Teeb ümberkujunduse olemasolevale logole, põhjendades vormi, värvi ja tüpograafia täiustamist.	<u>Ülesanne 1. Logo redesign</u> 1. Diagnoosime olemasoleva märgi nõrgad küljed. 2. Arendame täiustatud logo (vorm, värv, tüpograafia). 3. Valmistame ette vektorfailid trükiks ja veebiks.	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2
Arendab rebrändingu plaani, sh soovitud visuaalsete ja verbaalsete elementide kohta.	<u>Redesign ja rebranding: kuidas brändi uuendada?</u> 1. Määrame muudatuste ulatuse: refresh vs full rebrand. 2. Koostame rebrändingu teekaardi. 3. Esitleme kontseptsiooni koos kasu arvutustega.	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2
Viib ellu täieliku rebrändingu (korporatiivne identiteet) ja valmistab maketid trükiks/digiks.	<u>Ülesanne 2. Ettevõtte rebränding (kõik muu peale logo)</u> 1. Koostame uue korporatiivse stiili (logo + värv + fondid). 2. Seadistame maketid trükiks ja digitaalseks	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2

	kasutuseks. 3. Valmistame ette kliendipresentatsiooni.		
Kasutab AI-tööriistu (Picasso / Firefly / ChatGPT), et genereerida ideid ja kiirendada tööprotsesse.	<u>Tehisintellekt disainis</u> 1. uurime Paciso/Firefly'd kui ideede generaatorit. 2. Integreerime AI-pildid tööprotsessi. 3. Hinnatakse AI kasutamise piiranguid ja riske.	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2
Loob vitriinikleebiste maketi, arvestades mõõtmeid, väljalõiget ja ettevõtte stiili.	<u>Ülesanne 3. Vitriinikleebiste disaini loomine</u> 1. Kujundame maketi vastavalt vitriini antud mõõtmetele. 2. Arvestame väljalõiget ja nähtavust distantisilt. 3. Ekspordime CMYK-faili lõikejoonega.	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2
Süsteematiseerib visuaalsed elemendid brändiraamatus ja põhjendab nende kasutamist.	<u>Brändingu praktika</u> 1. Rakendame juhendit erinevatele kandjatele. 2. Kontrollime makettide visuaalset ühtsust.	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2

	3. Dokumenteerime elementide kasutamise reeglid.		
Kogub brändiraamatu: logo, värvid, fondid, mustrid, kasutamise reeglid.	<u>Ülesanne 4. Brändiraamatu loomine</u> 1. Koostame jaotised: logo, värvid, tüpograafia, mustrid. 2. Kirjeldame kasutamise reeglid ja keelud. 3. Koondame kõik interaktiivseks PDF-failiks.	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2
Projeteerib keerulisi kompositsioone mitmekihilise struktuuriga trüki-/digitaalsete kandjate jaoks.	<u>Mitmekihiline disain</u> 1. Ehitatakse kompositsioon 3–4 visuaalse kihiga. 2. Kasutatakse maske ja blending-režiime sügavuse loomiseks. 3. Optimeeritakse PSD/AI-failid meeskonnatöös.	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2
Valmistab ette maketi plotterilõikuseks, arvestades tehnoloogilisi piiranguid.	<u>Ülesanne 5. Kleebiste loomine autole ja kleebiste ettevalmistamine trükiks ja lõikuseks</u> 1. Paigutame graafika auto šabloonidele. 2. Arvestame kere kumerusi ja nähtavuse tsoone.	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2

	3. Ekspordime faili plotterile.		
Visualiseerib andmeid infograafika kaudu, rakendades kompositsiooni ja hierarhia põhimõtteid.	<u>Infograafika</u> 1. Tõlgime andmed visuaalseteks diagrammideks. 2. Valime sobiva infograafika tüübi. 3. Järgime põhimõtet „üks idee – üks ekraan“.	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2
Loob esitluse, kombineerides teksti, graafikat ja ikoone.	<u>Ülesanne 6. Esitluse loomine</u> 1. Kirjutame storytelling-esitluse struktuuri. 2. Disainime slaidid vastavalt ruudustikule ja brändistiilile. 3. Ekspordime lõpliku PDF-deki.	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2
Argumenteeritu It kaitseb tehtud tööd ja hindab oma edusamme.	<u>Suuline vestlus. Järgmise mooduli edukaks läbimiseks on vaja vähemalt 70% õigeid vastuseid.</u> 1. Esitleme tehtud tööd. 2. Vastame õpetaja kriitilistele küsimustele. 3. Saame $\geq 70\%$ õigeid vastuseid.	Arutelu, analüüs, ajurünnak	2

Auditoorne töö, praktiline töö, individuaalne töö	Moodul 2.	Loeng, arutelu, ajurünnakud, praktilised ülesanded, analüüs	Ajakulu: 24 akadeemilist tundi
Rakendab Design Thinking protsessi keerukate disainiülesannete lahendamiseks.	<u>Viis sammu Design Thinking protsessis</u> 1. Rakendame tsüklit Empathize → Test vastavalt reaalsele briifile. 2. Loo me kasutaja valupunktide kaardi. 3. Prototüüpime ja testime ideid.	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2
Arendab merchi (T-särgid, kleebised, kruusid) ja valmistab failid tootmiseks	<u>Ülesanne 7. Merchi disaini loomine</u> 1. Genereerime merch-ideid vastavalt brändi väärtustele. 2. Kohandame graafika T-särkidele, kruusidele ja kleebistele. 3. Valmistame failid ette siiditrükiks/sublimatsiooniks.	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2
Kasutab kontseptuaalset mõtlemist mittestandardsete visuaalsete ideede genereerimiseks.	<u>Kontseptualism</u> 1. Loo me visuaalseid metafoore auditooriumi teadmistest (insight'idest). 2. Kontrollime kontseptsiooni	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2

	asjakohasust brändi suhtes. 3. Valime idee jaoks sobiva stiili ja värvid.		
Loob identiteedi, mis põhineb kontseptuaalsel metafooril, ja põhjendab tehtud otsuseid.	<u>Ülesanne 8.</u> <u>Kontseptuaalse brändistiili loomine</u> 1. Loo logo ja key-visual'i metafoori alusel. 2. Järgime fontide ja graafika terviklikkust. 3. Koostame moodboard'i ja mock-up'id.	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2
Kommunikeerib projektitiimis, jaotab rolle ja võtab disainiotsuseid vastu kollektiivselt.	<u>Töö meeskonnas</u> <u>Ülesanne 9. Case'i pakkimine (s.t. teie töö visualiseerimine)</u> 1. Korraldame ühise töö Figma/Slackis. 2. Anname konstruktiivset tagasisidet. 3. Tegeleme failide versioonihaldusega. 4. Koostame case-study „enne / pärast“. 5. Visualiseerime protsessi (visandid → finaali). 6. Kirjutame järeldused ja tulemused kliendile.	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs, meeskonnatöö	2
Koostab esitluskohvri ja case'i: visualiseerib töö	<u>Disain kui turunduse tööriist</u>	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2

käiku, protsessi ja projekti tulemust.	1. Määrame disaini KPI-d (CTR, konversioon). 2. Valime kandja vastavalt lehtri etapile. 3. Seostame visuaali call-to-action'iga.		
Projekteerib kalendri (laua- või seinakalender), arvestades võrku, lisakomponente ja tehnilisi nõudeid.	<u>Ülesanne 10. Kalendri disaini loomine</u> 1. Kujundame kalendrivõrgu, arvestades lõikevaruga. 2. Lisame brändielemendid ja illustratsioonid. 3. Valmistame faili ofsettrükiks.	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2
Koostab kommertspakkumise ja peab läbirääkimisi, kaitstes tööde maksumust ja mahtu.	<u>Kuidas müüa oma teenuseid ja töötada klientidega</u> 1. Koostame kommertspakkumise koos hinnakalkulatsiooniga. 2. Teeme esitluse ja lahendame vastuväited. 3. Koostame lepingu ja projekti ajakava.	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2
Arendab A4 ja ½ A4 formaadis menüüsid,	<u>Ülesanne 11. Restoranimenüü disaini loomine (A4 ja ½ A4)</u>	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2

säilitades loetavuse ja struktuuri.	1. Kujundame menüü A4 ja ½ A4 võrgu alusel. 2. Paigutame roogade ja hindade hierarhia. 3. Ekspordime CMYK-faili trükiks.		
Analüüsib trende ja koostab isikliku arengu plaani kui middle-disainer.	<u>Professionaalne kasv ja silmaring</u> 1. Analüüsime trende Behance'is/Dribbble'is. 2. Koostame isikliku arengu plaani. 3. Hinnatakse portfooliot vastavuse osas middle-tasemele.	Loeng, arutelu, ajurünnakud	2
Loob välireklaami maketi, arvestades formaate ja loetavust distantsilt.	<u>Ülesanne 12.</u> <u>Bänneri/plakati loomine välireklaamiks</u> 1. Loo me maketi suuruses 6×3 m ja kohanduse 3×1,5 m. 2. Kontrollime kontrasti ja loetavust 20 m kauguselt. 3. Ekspordime faili profiiliga laiaformaadiliseks trükiks.	Loeng, praktiline ülesanne, analüüs	2

Hindab oma pädevusi ja kinnistab teoreetilisi teadmisi.	<u>Testimine küsitluse vormis. Edasiseks läbimiseks järgmisse moodulisse on vaja vähemalt 70% õigeid vastuseid.</u> 1. Läbime testi $\geq 70\%$ õigeid vastuseid. 2. Analüüsime vead ja täidame lüngad. 3. Kinnitame valmisoleku middle-tasemele.	Arutelu, analüüs, ajurünnak, testimine, küsitlus.	2
	Sertifikaadi edukaks lõpetamiseks tuleb sooritada vähemalt 9 praktilist ülesannet 12-st.		

Hindamine:

Õpingute lõpetamise eelduseks on osalemine vähemalt 70% auditoorsetest tundidest. 1. mooduli lõpus toimub vahehindamine suulise vestluse vormis, 2. mooduli lõpus testi ja praktiliste ülesannete vormis. Tuleb esitada 9 praktilist tööd 12-st ja kaitsta need suuliselt positiivse tulemusega, s.t vastavalt hindamiskriteeriumitele.

Hindamismeetod	Hindamiskriteerium
Suuline vestlus 1. mooduli lõpus	Moodul 1. • Võrdleb vana ja uut logo, selgitades, mida ja miks on parandatud • Arendab brändi identiteedi elemente • Valmistab failid trükiks ette Moodul 2. • Analüüsib andmeid sihtrühma ja selle vajaduste kohta • Valib sobivad materjalid ja trükiviisid • Määrab kliendi vajadused ja pakub individuaalseid lahendusi. • Halab ruumi ja infot.

Graafilise projekti loomine tarkvara abil	Arendab disaini, lähtudes etteantud praktilistest ülesannetest, kasutades õigesti valitud tarkvara.
	Sertifikaadi edukaks saamiseks peavad vähemalt 9st 12st praktilisest tööst vastama järgmistele kriteeriumidele: 1. Loetavus 2. Vastavus tellimuse tehnilistele tingimustele 3. Elementide hierarhia 4. Kompositsioonireeglite järgimine 5. Elementide mõõdukas kasutamine 6. Kasutatavate stiilide ajakohasus 7. Värviharmonia

Õppekeskkonna kirjeldus:

Online-loengud Google Meet'is, videosalvestatud loengud, praktiliste ülesannete videoülesanded koos juhistega. Ekskursioon trükikotta, et tutvuda laiformaadiprinteri tööga.

Õppematerjalide loend:

Digitaalsed materjalid

Teooria:

- Esitlused (PDF)
- Artiklid

Praktika:

- Interaktiivsed testid ja ülesanded
- Simulatsioonid

Videomaterjalid:

Teooria:

- Eelsalvestatud videoloengud
- Ekraanisalvestused koos selgitustega
- Teemakohased visualiseeringud

Praktika:

- Videotunnid praktiliste ülesannete demonstreerimisega
- Samm-sammulised videoinstruktsioonid
- Ülesannete analüüs videol

Klassivälised praktilised tegevused

- **Trükikoja külastus** (ekskursioon ja tutvumine trükiprotsesside, tehnoloogiate ja seadmetega — osa praktilisest kogemusest).
- Võimalus esitada küsimusi spetsialistidele kohapeal.

Muu:

- **Rühmaeksam / Ajurünnak** (meeskonnatöö, analüüs, ühine juhtumite või ülesannete lahendamine).

Lõpetamise tingimused ja väljastavad dokumendid:

SERTIFIKAAT: **kui õpitulemused on saavutatud**, st vähemalt 70% kodustest töödest on sooritatud vastavalt hindamiskriteeriumitele.

TÕEND: kui õpitulemusi ei saavutatud, kuid õppija osales õppetöös. Tõend väljastatakse vastavalt kontaktundide arvule, milles õppija osales, kuid mitte juhul, kui õppija osales vähem kui pooltel auditoorsetel tundidel. Tõendi saamiseks on vajalik kirjalik avaldus.

Koolitajate kvalifikatsioon:

Emil Guseinov – professionaal graafilise disaini, veebidisaini ja turunduse alal. Tugevuseks on bränding.

Spetsialist stock-platvormidel, nagu Envato Marketplace. Tema loodud tööde malle kasutatakse üle kogu maailma, rohkem kui 33 riigis.

Graafiline disainer üle 18-aastase kogemusega. Professionaal visuaalse kommunikatsiooni loomisel. Brändinguagentuuri Graphicmania asutaja. Portfoolios üle 100 töö Eesti ettevõtetega.

Autorkursuse „Graafilise disaini alused: portfelist elukutseni“ looja.

Mitmeaastane kinnitatud kogemus visuaalse kommunikatsiooni loomisel.