



STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
Naudotojo patirties valdymas	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis (-i): Laura Kaučikaitė-Jefremovė Kitas / a (-i):	Ekonomikos ir verslo administravimo fakultetas

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Bakalauro studijos	Privalomas

Igyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Kontaktinė	Pavasario semestras	Lietuvių k.

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai: Būti susipažinus su informacinių sistemų diegimo gyvavimo ciklu, įskaitant pagrindinius etapus ir veiklas.	Gretutiniai reikalavimai (jei yra):

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	130	48	82

Dalyko (modulio) tikslas
Šio kurso tikslas – suteikti studentams išsamų naudotojo patirties (UX) dizaino, žmogaus–kompiuterio sąveikos bei jų strateginio vaidmens šiuolaikinėse informacinėse sistemose supratimą. Kursas siekia aprūpinti studentus teorinėmis žiniomis ir praktiniais įgūdžiais, reikalingais naudotojų poreikiams tirti, intuityvioms ir prieinamoms skaitmeninėms sąveikoms kurti, veiksmingiems prototipams rengti bei naudotojo patirčiai vertinti taikant kokybinius ir kiekybinius metodus. Studijų metu studentai įgis conceptualų ir praktinį pagrindą, leidžiantį kurti į naudotoją orientuotus skaitmeninius sprendimus, kurie palaiko organizacijos tikslus, skatina sprendimų pritaikymą ir gerina bendrą informacinių sistemų veikimą. Igytos žinios ir gebėjimai leis studentams: 1. Suprasti naudotojo patirties principus skaitmeninių produktų ir paslaugų kontekste. 2. Taikyti į naudotoją orientuotus tyrimų metodus, dizaino mąstyseną (design thinking) ir naudojamumo vertinimo metodus skaitmeninių patirčių analizei ir tobulinimui. 3. Kurti veiksmingas naudotojų keliones, informacijos architektūras ir interaktyvias sąsajas interneto, mobiliųjų ir daugiakanalių (omnichannel) aplinkų kontekste. 4. Kurti ir tobulinti prototipus naudojant šiuolaikinius dizaino įrankius bei taikyti duomenimis pagrįstas įžvalgas sprendimų optimizavimui. 5. Vertinti UX brandos lygį organizacijose, susieti UX investicijas su verslo strategija ir prisidėti prie sėkmingo skaitmeninės transformacijos iniciatyvų įgyvendinimo.

Dalyko (modulio) studijų rezultatai	Studijų metodai	Vertinimo metodai
Suprasti UX pagrindus Studentai įsimena ir paaiškina pagrindines naudotojo patirties (UX) sąvokas, terminiją, principus bei UX ir žmogaus–kompiuterio sąveikos (HCI) istorinį kontekstą.	- Paskaitos: teorinių koncepcijų pristatymas, tyrimų įžvalgos, atvejų analizės, gero ir prasto UX pavyzdžiai praktikoje, grupinės diskusijos. - Seminarai: grupiniai praktiniai užsiėmimai, teorinių žinių įsisavinimas, praktinės užduotys, diskusijos, pasiruošimas UX projektui	- UX atvejo studija, jo tarpinis(-iai) ir galutinis pristatymas - Aktyvumas ir įsitraukimas paskaitų bei seminarų metu - Egzaminas
Taikyti į naudotoją orientuotus dizaino procesus Studentai taiko dizaino mąstyseną (design thinking) ir UX dizaino procesus problemų struktūravimui, sprendimų paieškai ir į naudotoją orientuotam dizainui praktinėse situacijose.		
Tirti ir suprasti naudotojus Studentai parenka ir taiko tinkamus UX tyrimų metodus bei analizuoja kokybinius ir kiekybinius duomenis siekdami atskleisti naudotojų poreikius, elgseną ir apribojimus.		
Kurti efektyvias sąveikas ir struktūras Studentai analizuoja naudotojų tikslus ir mentalinius modelius bei kuria informacijos architektūras, sąveikos modelius, naudotojų keliones ir srautus skirtingose platformose ir sąveikos kontekstuose.		
Kurti ir iteruoti dizaino sprendimus Studentai sintezuoja tyrimų įžvalgas ir dizaino principus kurdami, prototipuodami ir iteruodami UX ir UI sprendimus nuo žemo iki aukšto detalumo lygio.		
Vertinti ir tobulinti naudotojo patirtį Studentai vertina naudotojo patirtį ir naudojamumą taikydami euristicas, naudojamumo testus, metrikas ir įrodymais grįstą kritiką, siekdami pagrįsti ir tobulinti dizaino sprendimus.		
Sieti UX su verslu, technologijomis ir pokyčiais Studentai analizuoja organizacinį kontekstą ir UX brandos lygį, vertina UX strateginį vaidmenį bei kuria UX atvejų analizes, siejančias naudotojų poreikius, verslo tikslus ir skaitmeninę transformaciją.		

Temos	Kontaktinio darbo valandos							Savarankiškų studijų laikas ir užduotys	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	Visas kontaktinis darbas	Savarankiškas darbas	Savarankiškai atliekamos užduotys
1. Įvadas į UX	2		2				4	6	Studijų medžiagos įsisavinimas, privalomos literatūros ir vaizdo medžiagos peržiūra bei UX atvejo studijos projekto rengimas
2. Žmogiškieji veiksniai UX kontekste: kognityvinė psichologija ir suvokimas	2		2				4	6	Studijų medžiagos įsisavinimas, privalomos literatūros ir vaizdo medžiagos peržiūra bei UX atvejo studijos projekto rengimas
3. UX tyrimų metodai, duomenų analizė ir interpretavimas	4		4				6	12	Studijų medžiagos įsisavinimas, privalomos literatūros ir vaizdo medžiagos peržiūra bei UX atvejo studijos projekto rengimas
4. Idėjų generavimas: eskizavimas ir žemo detalumo (low-fidelity) maketai	5		5				4	16	Studijų medžiagos įsisavinimas, privalomos literatūros ir vaizdo medžiagos peržiūra bei UX atvejo studijos projekto rengimas
5. UI pradžiamokslis ir dizaino sistemos	5		5				6	20	Studijų medžiagos įsisavinimas, privalomos literatūros ir vaizdo medžiagos peržiūra bei UX atvejo studijos projekto rengimas
6. Testavimas ir grįžtamasis ryšys	4		4				4	14	Studijų medžiagos įsisavinimas, privalomos literatūros ir vaizdo medžiagos peržiūra bei UX atvejo studijos projekto rengimas
7. Pažangios UX praktikos ir organizacinis kontekstas	2		2				4	8	Studijų medžiagos įsisavinimas, privalomos literatūros ir vaizdo medžiagos peržiūra bei UX atvejo studijos projekto rengimas
Iš viso	24		24				48	82	

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
UX atvejo studija	60%	Tarpinės peržiūros seminarų metu ir atsiskaitymas	Studentai turės atlikti UX atvejo studiją, kurios metu vykdys vartotojų tyrimus, analizuos ir apibendrins įžvalgas, generuos idėjas, kurs prototipus ir juos testuos. Vertinimo kriterijai:

		paskutinės paskaitos metu	1. Problemos apibrėžimas ir kontekstas 2. Tyrimų kokybė ir įžvalgų formavimas 3. Į vartotoją orientuotas dizaino procesas 4. Informacijos architektūra ir sąveikos (interakcijos) dizainas 5. Naudojamumas ir prieinamumas 6. Vizualinis dizainas ir UI kokybė 7. Refleksija ir kritinis mąstymas 8. Atvejo analizės (case study) komunikacija Nors galutinis balas susideda iš keleto sudedamųjų, ši ir kiekviena kita dalis privalo būti įvertinta teigiamai norint išlaikyti dalyką.
Egzaminas	30%	Kurso pabaigoje	Egzaminas, sudarytas iš naudojimo atvejo (use case) analizės ir atvirų klausimų. Vertinimo kriterijai apima: • Gebėjimą taikyti UX teoriją praktikoje • UX metodų, vertinimo technikų ir dizaino principų supratimą. • Gebėjimą paaiškinti ir pagrįsti dizaino sprendimus. Nors galutinis balas susideda iš keleto sudedamųjų, ši ir kiekviena kita dalis privalo būti įvertinta teigiamai norint išlaikyti dalyką. Egzaminas negali būti laikomas eksternu.
Aktyvumas ir įsitraukimas paskaitų bei seminarų metu	10%	Viso kurso metu	Lankomumas ir dalyvavimas, įsitraukimas paskaitose, diskusijose ir seminarų praktiniuose užsiėmimuose. Nors galutinis balas susideda iš keleto sudedamųjų, ši ir kiekviena kita dalis privalo būti įvertinta teigiamai norint išlaikyti dalyką.

Autorius (-iai)	Leidimo metai	Pavadinimas	Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas	Leidykla ar internetinė nuoroda
Privaloma literatūra				
Steve Krug	2014	Don't Make Me Think	-	New Riders
Yvonne Rogers, Helen Sharp, Jenny Preece	2019	Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction	-	Wiley
Alan Cooper, Robert Reimann, David Cronin, Christopher Noessel	2014	About Face	-	Wiley
Nielsen Norman Group	-	Articles & Videos	-	https://www.nngroup.com
Papildoma literatūra				
Don Norman	2014	The Design of Everyday Things	-	Basic Books
Jeff Gothelf, Josh Seiden	2021	Lean UX	-	O'Reilly Media
Tom Tullis, Bill Albert	2013	Measuring the User Experience	-	Morgan Kaufmann
Erika Hall	2013	Just Enough Research	-	Rosenfeld Media
Susan M. Weinschenk	2011	100 Things Every Designer Needs to Know About People	-	New Riders