

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA RAČUNALNIŠTVO IN INFORMATIKO

Aneja Štrukelj

**Grafično oblikovanje vmesnika in elementov za spletni
tečaj**

DIPLOMSKO DELO
NA UNIVERZITETNEM ŠTUDIJU

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA RAČUNALNIŠTVO IN INFORMATIKO

Aneja Štrukelj

**Grafično oblikovanje vmesnika in elementov za spletni
tečaj**

DIPLOMSKO DELO
NA UNIVERZITETNEM ŠTUDIJU

MENTORICA:izr. prof. dr. Narvika Bovcon

Ljubljana, 2016

Rezultati diplomskega dela so intelektualna lastnina avtorja in Fakultete za računalništvo in informatiko Univerze v Ljubljani. Za objavlanje ali izkoriščanje rezultatov diplomskega dela je potrebno pisno soglasje avtorja, Fakultete za računalništvo in informatiko ter mentorja.

Fakulteta za računalništvo in informatiko izdaja naslednjo nalogo:

Tematika naloge:

Oblikovanje vmesnika in sestavnih delov novega spletnega tečaja mora slediti smernicam celostne grafične podobe podjetja, ki tečaj ponuja. Periodična prenova spletnih strani je nujna zaradi posodabljanja tehnološke rešitve, hkrati pa je tudi priložnost za analizo stanja in morebitno prenovno podobe, s katero podjetje komunicira s ciljnimi občinstvom. V diplomski nalogi predstavite, kako ste izpeljali proces prenove celostne grafične podobe podjetja ob razvoju novega spletnega tečaja.

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Spodaj podpisana Aneja Štrukelj sem avtorica diplomskega dela z naslovom:

Grafično oblikovanje vmesnika in elementov za spletni tečaj

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- sem diplomsko delo izdelala samostojno pod mentorstvom izr. prof. dr. Narvike Bovcon;
- so elektronska oblika diplomskega dela, naslov (slov., angl.), povzetek (slov., angl.) ter ključne besede (slov., angl.) identični s tiskano obliko diplomskega dela;
- soglašam z javno objavo elektronske oblike diplomskega dela na svetovnem spletu preko univerzitetnega spletnega arhiva.

V Ljubljani, dne 30. junija 2016

Podpis avtorja:

Zahvaljujem se mentorici izr. prof. dr. Narviki Bovcon za njen čas, za vsa nepogrešljiva mnenja in dodatne napotke pri izdelavi diplomske naloge. Hvala staršema, ki sta mi omogočila študij in to nepozabno dogodivščino v življenju. Hvala prijatelji, ki sem vas spoznala v času študija, brez pomoči katerih danes ne bi bila pisala teh stavkov. Hvala prof. dr. Miran Mihelčič, za tisto eno vprašanje sredi učne ure, ki je za vedno spremenilo tok mojega mišljenja. Hvala moj zlati Miha, ki mi od najinih prvih skupnih korakov stojiš ob strani in ki podpiraš tudi moje včasih nore zamisli. In ne nazadnje, hvala Aneja, ker si imela pogum slediti svojemu srcu, se boriti s svojim notranjim kritikom in ga premagati, da lahko zdaj živiš svoje sanje.

Vsem, ki še ne vedo, kaj vse so zmožni doseči, če verjamejo vase.

Kazalo

Povzetek

Abstract

Poglavje 1	Uvod	1
Poglavje 2	Analiza	3
2.1	Analiza obstoječega spletnega tečaja podjetja	4
2.1.1	Barve in tipografija	4
2.1.2	Uporabljene tehnologije	8
2.2	Analiza tujih spletnih tečajev in strani	9
2.2.1	Brendon Burchard in Life's Golden Ticket	9
2.2.2	Chalene Johnson in Smart Success	12
2.2.3	Susan Garrett in Recallers	15
2.3	Povzetek analize	17
Poglavje 3	Zamisel	19
3.1	Platforma in predloga	19
3.2	Zasnova strani	20
3.3	Tematika videza	21
3.4	Barvna paleta	22
3.5	Tipografija	24
Poglavje 4	Oblikovanje	27
4.1	Logotip	27
4.2	Video treningi	32
4.2.1	Svetloba, zvok in snemanje	33
4.2.2	Post-produkcija	34
4.3	Kontrolni sezname, povzetki	37

4.3.1	Oblikovanje kontrolnega seznama	37
4.3.2	Oblikovanje predloge povzetka	38
4.4	Končni izdelek.....	39
Poglavje 5	Sklepne ugotovitve	43
Literatura.....		45

Seznam uporabljenih kratic

kratica	angleško	slovensko
LMS	learning management system	sistem za upravljanje učenja
SEO	search engine optimization	optimizacija spletnih strani

Povzetek

Spletni tečajji in odzivne spletne strani sta pojma, ki se jima daje v današnjem času vedno več pomena. A tako kot spletni tečajji niso vsi enaki po kvaliteti, tudi zgolj hitra in odzivna predstavitvena stran dolgoročno kaj dosti ne pomaga, če je vizualna podoba neskladna s celotno podobo podjetja.

V diplomski nalogi je obravnavana grafična ureditev nove spletne strani za spletne tečaje podjetja Dosezi sanje. Prvi del zajema analizo obstoječih spletnih produktov podjetja in analizo spletnih tečajev podjetij, ki so že več let večji v izvajanju spletnih tečajev. Po pridobljenih podatkih se posveti čas načrtovanju in kreiranju novih zamisli in izhodiščnih točk. V delu oblikovanja so opisane strategije, tehnologije in stili, ki so bili uporabljeni za ureditev video treningov, kontrolnih seznamov, povzetkov vaj, logotipov in končnega videza nove izboljšane spletne strani.

Ključne besede: spletna stran, spletni tečaj, sistem za upravljanje učenja, oblikovanje, spletno učenje, video, video montaža, materialno oblikovanje, ploskovno oblikovanje

Abstract

Online courses and responsive websites are two terms that are given each year more and more importance. But as all online courses are not equal in quality, also a quick and responsive main page doesn't help much in a long term, if the design is inconsistent with the overall image of the company.

The thesis discusses the design settlement of the new website for online courses of the company Dosezi sanje. The first part deals with the analysis of the existing online products of the company and the analysis of other companies' online courses. The obtained data is used for planning and brainstorming new ideas and starting points, that are then applied in the designing part, where are described the strategies, technologies and styles that were used to develop the course video trainings, checklists, exercise summaries and the final appearance of the new improved website.

Keywords: website, online course, learning management system, design, online learning, video, video editing, material design, flat design

Poglavje 1 Uvod

Spletni tečajji (ali tudi spletne delavnice, spletne akademije, spletne učilnice) so vedno bolj popularna oblika učenja. *»Formalno in neformalno učenje preko interneta igra vedno bolj pomembno vlogo v zdajšnji moderni družbi znanja«* [1]. *»Orodje, ki se ga najpogosteje uporablja za spletno učenje, je sistem za upravljanje učenja (angl. learning management system, v nadaljevanju LMS). 100 % univerz ima vsaj en LMS in 79,5 % večjih podjetij uporablja te sisteme pri njihovih pobudah za e-učenje«* [2]. LMS lahko vključuje vaje, kvize, vprašalnike in preko njih omogoča interakcijo med člani fakultete ali organizacije in učenci. Je sistem, ki se ga uporablja za načrtovanje, izvajanje in vrednotenje določenega učnega procesa. Člani fakultete ali podjetja lahko sami naložijo vsebino učne snovi, spremljajo napredek učencev, ocenjujejo njihovo uspešnost in znotraj forumov odgovarjajo na njihova vprašanja [3]. LMS sistemi niso najnovejša modna muha. Obstajajo že vse od konca 90. let prejšnjega stoletja, a kljub temu številna podjetja in organizacije še vedno ne izkoristijo vsega potenciala, ki ga ponujajo. Večina izobraževalnih institucij ga tako navadno uporablja zgolj kot nekakšno skladišče vsebin [4].

V podjetju Dosezi sanje smo prvič stopili na pot spletnega učenja septembra 2013. Kljub temu, da se je takrat gradivo pošiljalo še preko elektronske pošte, bi lahko rekli, da smo bili eni izmed prvih podjetij v Sloveniji v naši branži, ki so svoje storitve začeli deliti s klienti na takšen način. Primeri iz tujine so nas namreč prepričali, da se v dobi hitrega interneta in vedno boljše tehnologije, ni treba prevažati iz enega konca Slovenije na drugi, da se svoje znanje poda naprej in pri tem še zasluži. Računalnik, vnaprej pripravljena vsebina in elektronska pošta so igrali ključno vlogo pri realizaciji te ideje. Želja po izboljšanju uporabniške izkušnje, optimizaciji časa in vera v prihodnost spletnega učenja nas je pripeljala do odločitve, da način izvajanja spletnih tečajev dvignemo še eno stopnico višje. Aprila 2014 so tako vsi do takrat obstoječi spletni tečajji dobili svojo spletno stran. Udeleženci so lahko do zakupljene vsebine dostopali preko dodeljenega uporabniškega imena in gesla. Prav tako so bili kot novost dodani video treningi in avtomatski prikaz novih vsebin po tednih.

Kljub zadovoljstvu kupcev smo v teh dveh letih naleteli na določene vizualne, strateške in uporabniške izzive, zaradi katerih smo manj intenzivno promovirali obstoječe oz. razvijali nove spletne tečaje. Hrepenenje po novi vizualni podobi spletnih tečajev, ki bi bila skladna s

celotno podobo našega podjetja, in ki bi sledila trenutno najbolj aktualnim trendom iz tujine, je tlelo že nekaj časa. Namen te diplomske naloge je tako grafično oblikovanje novega, boljšega vmesnika za spletne tečaje podjetja Dosezi sanje.

V nadaljevanju diplomskega dela bomo najprej naredili temeljito analizo že obstoječih spletnih tečajev podjetja. Želimo namreč izrisati konkretne začetne temelje, da vidimo, kje smo trenutno, katerih napak ne želimo več ponoviti in kaj lahko izboljšamo. Posvetili se bomo tudi analizi spletnih tečajev tujih avtorjev, ki jih smatramo kot zgled in katerim bi radi bili vizualno podobni. Tretje poglavje je posvečeno idejni zasnovi. Na podlagi zbranih analitičnih podatkov začnemo načrtovati novo podobo strani, kjer se bodo izvajali vsi spletni tečaji podjetja. Četrto poglavje predstavlja postopek grafičnega oblikovanja različnih elementov znotraj spletnega tečaja. Pojasnjene so uporabljene tehnologije in kaj smo želeli doseči z izbiro določenega elementa in barve na strani. Sklepni del se zaključí s povzetkom izzivov in idejami za nadaljnji razvoj.

Poglavje 2 Analiza

»Vid je naš daleč najbolj prevladujoč čut, ki zaseda polovico virov v naših možganih. Vizualna analiza stvari se posledično prične presenetljivo zgodaj, od trenutka, ko svetloba prvič zadene očesno mrežnico« [5].

Vizualna podoba, ki jo uporabimo pri izdelavi spletne strani, vse od izbire barv, tipografije in ostalih grafičnih elementov, zato igra še kako pomembno vlogo. Enako vlogo igrajo tudi navigacija in postavitve elementov.

Dotaknimo se najprej barv, ki igrajo pomembno vlogo v našem vsakdanjiku. Barve imajo moč, da na zanimiv in unikaten način povežejo naša čustva, ravno zato nam lahko precej pomagajo pri tem, kako pristopiti k oblikovanju, saj se jih lahko uporabi kot močno marketinško orodje. Izredno pomembno je, da izbira barv vedno odraža sporočilo, ki ga želi podjetje deliti s svojimi izdelki. Ravno barva je tista prva stvar, ki pritegne pogled obiskovalca in ga vodi po strani, zato je pomembno, da so barve v grafični podobi namensko izbrane in da za njihovo uporabo stoji določen pomen [6].

Color Marketing Group sestavlja 1000 strokovnjakov za barve iz različnih industrij na svetu. Preko različnih raziskav so ugotovili, da barva poveča prepoznavnost blagovne znamke tudi za več kot 80 odstotkov, pohitri učenje s 55 na 78 odstotkov in zviša obseg razumevanja za 73 odstotkov [7]. To so vse prej kot zanemarljivi podatki. Kljub temu se, žal, dogaja, da izdelovalci spletnih strani vse prepogostokrat mislijo, da se lahko izmuznejo z barvami, ki se na videz ujemajo ali pisavami, ki so si glede na občutek blizu. Grafično oblikovanje spletne strani, ki bo podpiralo stil blagovne znamke, je prav tako pomembno kot kakšen drug projekt, zato sta konsistentna barvna paleta in paleta pisav še kako pomembni [8].

Enako velja pri izbiri pisav. *»Optimizacija tipografije pomeni tudi optimizacijo berljivosti, dostopnosti, uporabnosti in celostnega grafičnega ravnovesja« [9].* A tudi tukaj je bilo ugotovljeno, da so podrobnosti, povezane s tipografskimi slogi iz strani izdelovalcev spletnih strani, spregledane že predolgo časa [10].

Če želimo naš grafični vmesnik za nove spletne tečaje oblikovati tako, da bo upošteval sodobne trende, da bo skladen s celotno podobo podjetja Dosezi sanje in intuitiven za tečajnika, je pomembno, da analiziramo svoje trenutno obstoječe spletne tečaje.

Ponudijo nam namreč lahko izredno povratno informacijo o tem, čemu se želimo pri novem vmesniku izogniti, katerih napak ne želimo ponoviti, kaj nam je všeč in kaj ne, kaj bi lahko še dodali ali izboljšali. Prvo podpoglavje bo namenjeno analizi obstoječih spletnih tečajev. Drugo podpoglavje bo posvečeno pregledu videza in postavitve strani drugih podjetnikov, ki prav tako ponujajo večtedenske spletne tečaje.

2.1 Analiza obstoječega spletnega tečaja podjetja

V okviru svojih storitev v času pisanja diplomske naloge ponujamo dva 6-tedenska spletna tečaja. Vsak gostuje na svoji poddomeni in vsak je poleg tekstovnega gradiva opremljen še z video treningi. Za potrebe diplomskega dela bo analiziran spletni tečaj Zbudi se in zaživi.

2.1.1 Barve in tipografija

Spletni tečaj Zbudi se in zaživi je namenjen vsem, ki bi radi raziskali, v katero smer nadaljevati svojo življenjsko pot, pa ne vedo, kje začeti, in tistim, ki se jim že sanja, kam želijo iti, vendar ne vedo, kako se na to pot podati.

Slika 2.1 prikazuje logotip, ki ga uporabljamo za predstavitev spletnega tečaja. Na slikah 2.2, 2.3 in 2.4 je predstavljen videz tega spletnega tečaja.



Slika 2.1: Logotip spletnega tečaja Zbudi se in zaživi.

ZBUDI SE IN ZAŽIVI
Preverjeni koraki, kako zmedo spremeniti v jasnost,
odkriti speče potencialne in želje pretvoriti v dosegljive cilje

Life verzija
Izberite zeleni modul

Domov → Life verzija

- Modul #0 - Dobrodošli!
- 1 Modul #1 - Vrednote
- 2 Modul #2 - Uspeh
- 3 Modul #3 - Cilji
- 4 Modul #4 - Neuspeh
- 5 Modul #5 - Odlašanje in motivacija
- 6 Modul #6 - Popotnica

Sem Aneja Štrukelj ...
... in v prihodnjih 6-ih tednih vas bom vodila skozi vse module tečaja.
Pripravite domišljijo, kajti začela se bo nova pustolovščina.

dosezi sanje

Dobrodošli
Aneja Štrukelj
[My Account](#)
[Edit My Profile](#)
[Logout](#)

Slika 2.2: Grafična podoba začetne uporabniške strani spletnega tečaja Zbudi se in zaživi.

ZBUDI SE IN ZAŽIVI

Modul 1

Strasti in vrednote

Domov > Life verzija > Modul #1 - Vrednote

Lekcije tega modula

1

Lekcija 1.1 - Strasti


2

Lekcija 1.2 - Vrednote 1.del


3

Lekcija 1.3 - Vrednote 2.del


Video trening modula 1




Dodatne bonus vaje



Video trening modul 1 - 100 ciljev



Dodatek 1.4 - Razumimo se



Dodatek 1.5 - Življenjsko poslanstvo

Skoči na želeni modul

Modul #0 - Dobrodošli!
Modul #1 - Vrednote
Modul #2 - Uspeh
Modul #3 - Cilji
Modul #4 - Neuspeh
Modul #5 - Odlašanje in motivacija
Modul #6 - Popotnica

Slika 2.3: Grafična podoba modula spletnega tečaja Zbudi se in zaživi.

ZBUDI SE IN ZAŽIVI

Modul 1

Lekcija 1.2 - Vrednote 1.del

[Domov](#) > [Life verzija](#) > [Modul #1 - Vrednote](#) > [Lekcija 1.2 - Vrednote 1.del](#)

Preberite vsebino LEKCIJE 1.2

Kot človeška bitja
Poznate tisto igrarčo
Kaj so vrednote?
Vi ste pomembni

Kot človeška bitja se nenehno odločamo o tem, kako naj živimo svoja življenja. To lahko vključuje odločitve o tem, kam vložimo svoj čas in denar, s kom preživimo dan, katero delo sprejmemo, s kom sodelujemo, koliko se posvečamo svojemu telesu pa vse do tega, v katere organizacije se vključimo in še veliko veliko več.

Veliko svojih vrednot smo nezavedno prevzeli v preteklih obdobjih svojega življenja. Mogoče lahko uporabljamo vrednote, ki so nam jih predali starši, vrstniki, določeni sistemi, ki jim sledimo ali tiste, ki smo jih sami prevzeli na svoji poti osebnega razvoja. Čisto naravno pa je tudi, da se skozi različna obdobja našega življenja spreminjajo.

In kljub temu, da naša podzavest in srce točno vesta, katere so naše primarne vrednote, se, še posebej v današnjem času, kaj hitro ujamemo v življenjski stil, ki jih ne podpira, še manj pa podpira naše prizadevanje, da bi postali oseba, katere si želimo postati.

Tako se znajdemo v nekem nosem ritmu, kjer se počutimo nesečni, neizpoljeni ali pod stalnim stresom in ravno ta je tisti tako pomemben trenutek, da znova ali celo prvič pregledamo, katere pa so zdaj te naše vrednote in prioritete, kje so trenutno teptane in kako so vplivale na našo pot in izbire v življenju.

Vaje

- Kdo je vaš največji navdih?
- Zakaj? Katere so njegove/njene/njihove lastnosti?
- Katere lastnosti in vedenja občudujete pri drugih ljudeh?
- Kaj vas nasmeji?
- Kaj vas razburi?
- Česa ne morete prenašati?
- Kako bi radi, da bi drugi ravnali z vami?
- Katere osebne meje so pri vas nedotakljive?
- Da bi vas lahko razumeli, kaj morajo drugi vedeti o vas?
- Pri katerih vaših osebnih mejah se je mogoče pogajati?
- Kje so se vaše vrednote čez pretekla leta spremenile? Kaj ste nekoč verjeli, da je res, vendar zdaj gledate na vse to z drugimi očmi?
- Brez česa ne morete živeti?
- Kaj vas navdušuje in kaj vas dolgočasi?
- Katere zaobljube ste si zadali, vendar vam zdaj ne služijo več ali nimajo več smisla?

Prenesite navodila in vaje te lekcije

Lekcija 1.2 - Vrednote 1.del

Lekcija 1.2 - Vrednote 1.del - samo vaje

Imate vprašanje, mnenje? Bi radi kaj povedali? Vabljeni sporočite preko spodnjega prostora.

Logged in as [Aneja Štrukelj](#). [Log out?](#)

Submit Comment
* Denotes Required Field

Slika 2.4: Grafična podoba posamezne lekcije spletnega tečaja Zbudi se in zaživi.

Strokovnjaki, ki so ustvarili platformo UXPin, so povzeli, da vizualna doslednost spletnih strani ne pomaga le pri tem, da je vse lažje za uporabo in učenje, ampak da se s tem tudi gradi zaupanje med obiskovalcem in podjetjem. Prišli so do ugotovitve, da bodo nekonsistentne vizualne podobe, ki niso skladne z uporabnikovimi pričakovanji, namesto domačnosti sprožile občutek odtujenosti. Grafični razkoraki s strani do strani zvenijo kot nelogični in kaotični in uporabnik jih težje ponotranji [11].

Že ob prvem pogledu na vse strani spletnega tečaja Zbudi se in zaživi je videti, da je bila doslednost večkrat prekinjena. Celotna grafična podoba, vse od barv, pisave, navigacije in slik, je popolnoma drugačna od energije, stila in sporočila, ki ga želimo ponesti v svet. Deluje mrtva, hladna, raztresena in nikakor ne polna energije s pridihom odločnosti.

Ob izdelavi ni bila izbrana nobena barvna paleta, ampak je bilo vse določeno glede na občutek, kaj na oko bolj sodi skupaj. Namesto zgolj dveh, je bilo izbranih več različnih črkovnih vrst. Navigacija je ohlapna, težko razumljiva in tečajniku nič kaj prijazna. Od trenutka vpisa mora narediti več nepotrebnih klikov, da sploh pride do podstrani z gradivom in še tu je vse razdeljeno na več zavihkov.

2.1.2 Uporabljene tehnologije

Tako kot vse naše preostale strani, je tudi obravnavan spletni tečaj postavljen na Wordpress platformi. Na spletni strani WordPress.org Slovenija navajajo, da je WordPress moderno računalniško okolje za ustvarjanje spletišč, ki daje poudarek na estetiko in spletne standarde. Za bolj napredno oblikovanje so na voljo številni vtičniki in predloge, s pomočjo katerih si lahko spletno stran uredimo po lastnem okusu [12]. S svojo enostavno namestitvijo in preprosto uporabo poenostavi precej korakov pri izgradnji kvalitetne in odzivne strani.

Predloga, s katero so na Wordpress platformi izdelani trenutni spletni tečaji, je OptimizePress [13]. Pred nekaj leti smo se odločili za to predlogo zaradi ponujenih funkcij in navidezne lahkotnosti izdelave različnih vizualnih tipov strani. Ob uporabi smo ugotovili, da urejevalnik teme, žal, ne ponuja toliko prilagodljivosti, kot smo si je želeli. Še posebej omejen je za slovenski trg, saj je večina grafičnih elementov fiksnih in z angleškimi napisi. Sistem za upravljanje s članstvom je okoren in prikazuje premalo podatkov za našo lastno dodatno analizo.

Vlaganje v letno naročnino se nam zaradi prej naštetih minusov ni zdelo več smiselno. Naročnina zato ni bila podaljšana, predloga že dlje časa ni bila posodobljena, kar prinaša s seboj ne ravno prijetno varnostno luknjo, ki jo lahko izkušeni napadalci izkoristijo.

2.2 Analiza tujih spletnih tečajev in strani

Odločili smo se, da analiziramo spletne tečaje treh posameznikov, ki so že večji in priznani na področju izobraževanja preko spleta. Vsakdo izmed njih aktivno uporablja takšen način podajanja znanja že več kot štiri leta. Namen pregleda njihovih strani ni, da bi do potankosti kopirali celoten videz. Želimo dobiti vpogled v to, kako oni vizualno zapakirajo svoje znanje, da je očem in uporabniku prijazno. S pridobljenimi podatki o tem, kaj je vse možno doseči, bomo lahko lažje oblikovali novo grafično podobo nove spletne strani za naše spletne tečaje.

2.2.1 *Brendon Burchard in Life's Golden Ticket*

Brendon Burchard se opisuje kot eden izmed najbolj gledanih in citiranih trenerjev za osebni razvoj. Smatran je kot eden izmed najuspešnejših pionirjev spletnega šolanja. Na svoji spletni strani ima navedeno, da si je njegove spletne tečaje in video serije ogledalo že več kot milijon ljudi [14].

Za potrebe raziskave je bil izbran njegov spletni tečaj *Life's Golden Ticket*, ki se ga dobi kot darilo ob nakupu istoimenske knjige. Tečaj gostuje na platformi Kajabi, ki je znana po tem, da uporabniku že z zgolj par klikmi omogoča ustvariti čisto svoj lasten spletni tečaj, vključno z vgrajenimi vtičniki za procesiranje plačil [15].

Ob prijavi v spletni tečaj uporabnika takoj pričaka čist, minimalističen videz, kar je vidno na sliki 2.5. Celotna stran je zgrajena v angl. *box* varianti, poleg tega nam je tudi zelo všeč, da lahko tečajnik spremlja svoj napredek in naloži svojo prikazno sliko, kar podari celotni izkušnji še več unikatnosti. Učni načrt je vedno viden in posamezni moduli so lahko dostopni. Vsak modul je razdeljen na več lekcij oziroma delov, ki ima poleg naslova in časa trajanja tudi sliko in kratek povzetek.

The screenshot displays the user interface of the 'Life's Golden Ticket' course on the website 'BRENDON.COM'. At the top, there is a navigation bar with the site logo and a search bar. Below this, a main banner features the course title 'LIFE'S GOLDEN TICKET' in a stylized font, with the subtitle 'A Story About Second Chances' and a small video thumbnail. A progress indicator shows '0 / 8 Posts Complete'. The course content is structured into several sections:

- Confirmation:** This section includes a 'Welcome!' message (2 minutes) and a 'Where's My Book? Shipping Date Reminder!' (2 minutes).
- The 4 Gates to Lasting Change Course:** This is the core of the course, consisting of four modules:
 - Gate #1: Awareness** (19 minutes)
 - Gate #2: Acceptance** (14 minutes)
 - Gate #3: Accountability** (14 minutes)
 - Gate #4: Action** (15 minutes)
- How I Write Books** (15 minutes)
- BONUS!** **Lessons Learned from Writing Life's Golden Ticket** (31 minutes)

On the right side of the page, there is a profile card for **Brendon Burchard**, the author of 'Life's Golden Ticket'. The card includes a profile picture and a detailed bio describing his work as a personal development trainer, author, and podcaster.

Slika 2.5: Prikaz učnega načrta s posameznimi moduli za tečajnika spletnega tečaja Life's Golden Ticket.

Ob kliku na posamezen del modula se odpre nova podstran, ki je sestavljena iz video treninga, kratkega opisa, sekcije za komentarje, vabila za ogled naslednjega video treninga in ponovne predstavitve inštruktorja (slika 2.6).

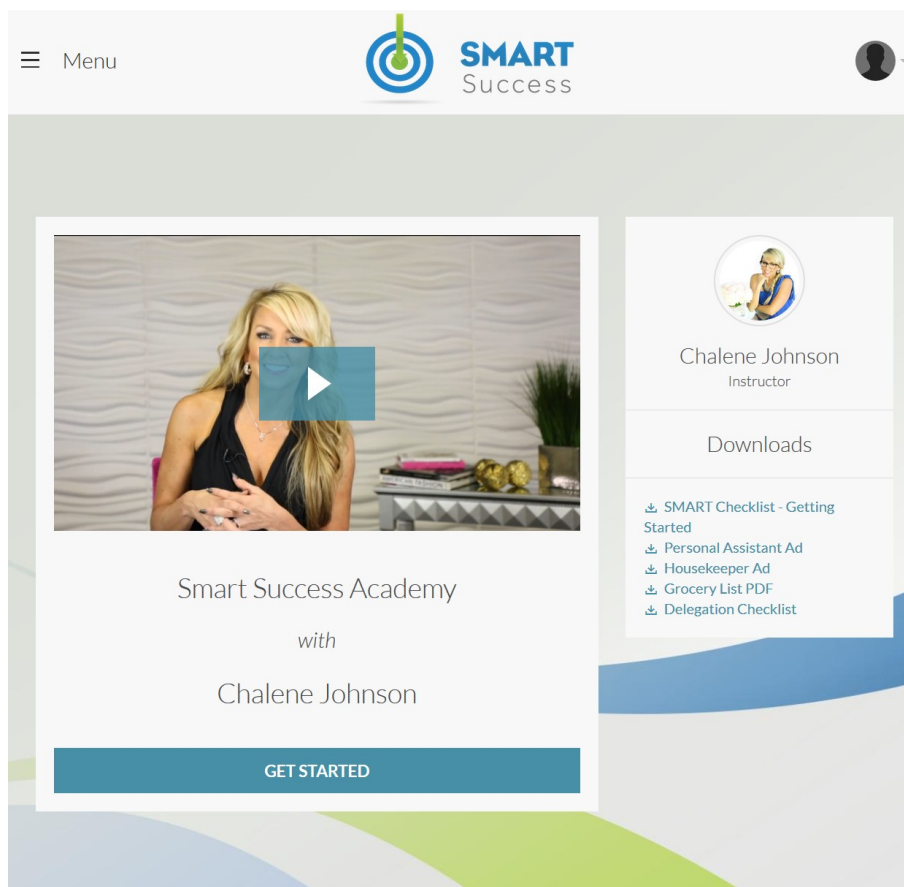
The screenshot shows a Facebook post from the user 'Brendon Burchard' (author of 'Life's Golden Ticket'). The post is titled 'Welcome!' and is part of a series for 'Life's Golden Ticket plus Bonuses'. The main content of the post is a video thumbnail showing the author smiling and holding a book. Below the video, the author writes a welcome message to the course members, mentioning that they have just received their course materials and are excited to start. The post also includes a 'Mark as Spam' button and a '225 Comments' indicator. The comment section shows several users interacting with the post, including Barbara Semedo, Brian Mulpah, Vitaly Dubinin, Rose Mary Mizuki Prem Sant, and Bruno Valente. Each comment is followed by a reply from the author, Brendon Burchard, addressing the users' questions and concerns. The post is set against a light gray background, typical of a Facebook interface.

Slika 2.6: Prikaz postavitve elementov posameznega dela modula spletnega tečaja Life's Golden Ticket.

2.2.2 Chalene Johnson in Smart Success

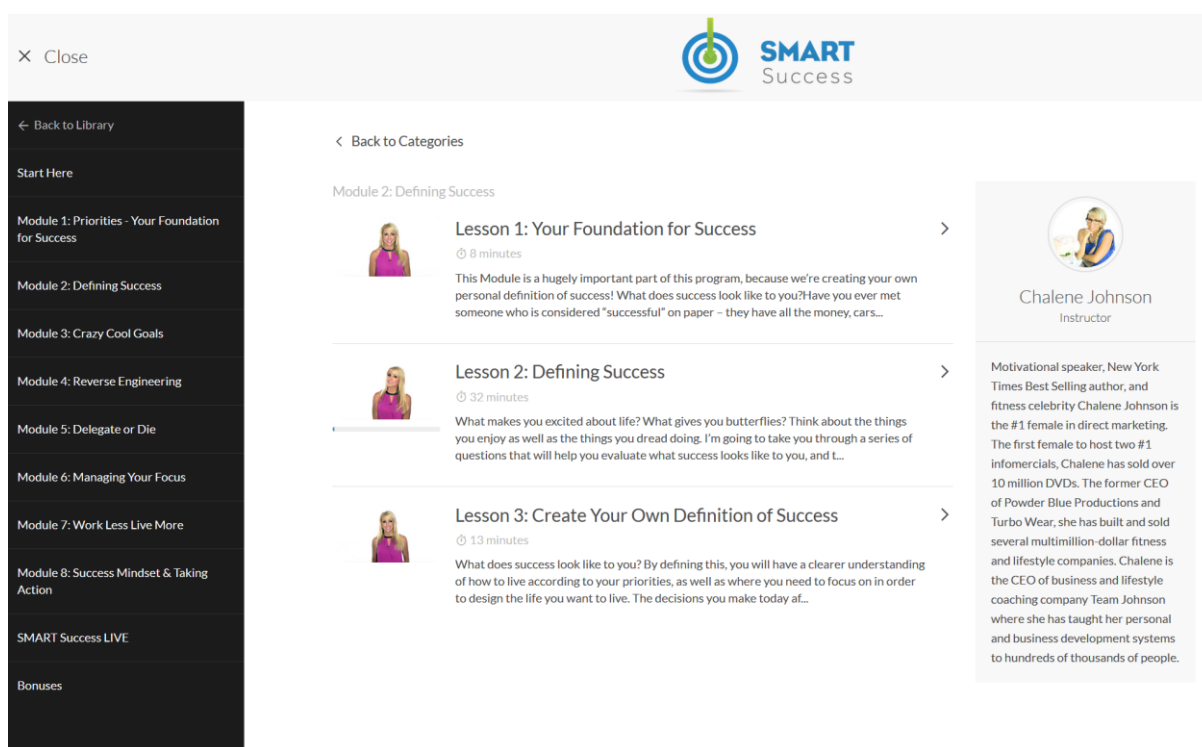
Chalene Johnson je motivacijska govornica, fitnes zvezda in s svojo knjigo *Push* je postala tudi ena izmed najbolj prodajanih avtorjev glede na *New York Times*. Smatrana je za žensko številka ena pri tematiki neposrednega trženja. Je ustanoviteljica programov za osebno in poslovno rast, ki vključujejo tudi akademiji SMART Success Academy in Impact Academy [16]. Za potrebe raziskave je bil izbran njen že predčasno kupljen spletni tečaj SMART Success Academy.

Tečajnika ob prvi in vseh nadaljnjih prijavi najprej pričaka pozdravni video, kot je razvidno na sliki 2.7, in dodatno gradivo za pomoč pri učenju. Učni načrt ni vedno viden, ampak skrit pod ikono za meni, kar rahlo oteži preglednost. Gumb za meni je predstavljen s tremi vodoravnimi črtami (prikazanimi kot ≡) in se uporablja kot gumb v grafičnih uporabniških vmesnikih. Velikokrat se pojavi zgoraj levo ali zgoraj desno. Pogovorno se mu reče tudi hamburger meni zaradi podobnosti s hamburgerjem [17].



Slika 2.7: Prikaz prve strani ob prijavi v spletni tečaj SMART Success Academy.

Dostop do posameznega modula se izvede s klikom na meni. Ob kliku na želeni modul se nato prikažejo povezave do posameznega dela modula, kot je vidno na sliki 2.8.



Slika 2.8: Prikaz izbire modula in posamezne lekcije v spletnem tečaju SMART Success Academy.

Glavni elementi, vidni na sliki 2.9, ki dopolnjujejo stran za posamezno učno lekcijo oz. njen del, so:

- video trening;
- avdio zapis videoposnetka;
- kratek opis lekcije;
- možnost oddaje komentarjev;
- vabilo na naslednjo vajo;
- okvirček, kjer se lahko sname še dodatne vaje, kontrolne seznane;
- opis inštruktorja.

Spletni tečaj je postavljen na platformi Kajabi [15].

The screenshot displays the SMART Success Academy website interface. At the top, there is a navigation menu with a hamburger icon and the text 'Menu'. The SMART Success logo is prominently displayed in the center, featuring a target icon and the text 'SMART Success'. To the right of the logo is a circular profile picture of Chalene Johnson.

The main content area is titled 'MODULE 3 LESSON 1' and features a large, stylized heading '90 Days of Crazy COOL GOALS'. Below this heading, there is a video player with a progress bar showing '00:00 / 23:22' and a file name 'SMART_M3L1_90_Days_of_Crazy_Cool_Goals.mp3'. A 'MARK COMPLETE' button is located to the right of the video player.

Below the video player, there is a text area with the following content:

Fill in the blank. "Wouldn't it be crazy cool if..." You're about to set 10 crazy cool goals that you will accomplish in the next 90 days! Don't set goals that you expect to accomplish; challenge yourself to accomplish goals that would enable you to design the life you really want.

After you've set 10 Crazy Cool Goals, it's time to find that one goal that will make all the others possible: your PUSH Goal!

 Below this text is a form with the placeholder text 'Say something interesting...' and an 'ADD COMMENT' button. To the right of the form, it says '48 Comments'.

Below the form, there are several user comments:

- Kendra**: I have just re-done this and YES!! I have clarity!! My push goal is to actually create a Program for my clients to go through with me! (Not just 'til' me!) It should have been obvious, but this will be game changer (and somewhere in the back I know this is what I need to have!) Thanks for making it come forward -and now I will need to stick to it! on Feb 21 Reply
- Chalene**: I love your enthusiasm! I love that you have Clarity and know what your PUSH goal is. Sometime we struggle with our PUSH goal but just like Kendra, keep moving forward and you will gain clarity on this! on Mar 30 Reply
- Michelle Elam**: Holy Cow... my push GOAL is to learn how to better outsource some of my tasks, but not specifically pay for that outsourcing... since there might be some swaps I could do with my business, or possibly tap into family members help and get assistance like baby sitting, home organization tips... all these things for free! I would have never thought this would be my PUSH goal but it's the one striking thing that makes everything possible! THANKS!! on Dec 17, 2015 Reply
- Team Johnson**: Great to know that Michelle! Good to know you have such wonderful family willing to help you out! :) on Dec 19, 2015 Reply
- Freda Ansara**: So I thought I had it all figured out as a self made business woman. I mean I have it all except for my sanity Ugh! Thank you team Johnson for SS. The one thing I am really taking away from all of this is accountability sometimes you can get wrapped up in the everyday hustle. Also reminding me to write things down, my business were built on me writing all my ideas down when they came to me no matter where I was or what I was doing or who I was with. I'm stuck on my push goal but I am sure it will come to me as I continue the program. on Dec 3, 2015 Reply
- Chalene**: I would love to hear what your push goal is! You know I am loving that you are writing things down and focusing on that accountability factor. These are very important to your success! I would love to hear your PUSH goal! on Feb 9 Reply

 A 'SHOW MORE' button is located at the bottom of the comments section.

On the right side of the page, there is a sidebar with the following content:

- 'Coming Up' section: Lesson 2: How to Achieve Your Push Goal in 90 Days, with 'PREVIOUS' and 'NEXT' buttons.
- 'Downloads' section: A list of downloadable resources including 'SMART Checklist Module 3 PDF', 'Goals Worksheet', '90 Day Goals Audio', and '90 Day Goals Transcript'.
- Instructor profile for Chalene Johnson, including a bio: 'Motivational speaker, New York Times Best Selling author, and fitness celebrity Chalene Johnson is the #1 female in direct marketing. The first female to host two #1 infomercials, Chalene has sold over 10 million DVDs. The former CEO of Powder Blue Productions and Turbo Wear, she has built and sold several multi-million dollar fitness and lifestyle companies. Chalene is the CEO of business and lifestyle coaching company Team Johnson where she has taught her personal and business development systems to hundreds of thousands of people.'

At the bottom of the page, there is a dark footer area containing the 'CHALENE Johnson' logo, the text '© 2015 Team Johnson', and links for 'About Us', 'Terms', and 'Privacy'.

Slika 2.9: Prikaz glavnih elementov strani s posamezno učno lekcijo spletnega tečaja SMART Success Academy.

2.2.3 Susan Garrett in Recallers

Susan Garrett je tekmovalka, ki je v zadnjem desetletju osvojila največ odličij v pasjem športu agility in svoje znanje podaja naprej znotraj podjetja Say Yes Dog Training [18]. Za potrebe raziskave je bil izbran že predčasno kupljen spletni tečaj Recallers.

Za razliko od prej analiziranih strani spletnih tečajev Life's Golden Ticket in SMART Success Academy je stran tečaja Recallers precej bolj barvita, ampak kljub temu usklajena z barvami, ki predstavljajo podjetje Say Yes.

Na sliki 2.10 se lahko vidi, da tečajnika ob prijavi pričaka pozdravni nagovor, video s prvimi napotki in osvojene značke, ki še posebej pritegnejo pozornost.

RECALLERS
EVERY DAY IS GAME DAY!

SUPPORT | MY ACCOUNT | LOGOUT

WELCOME | GAME DAYS | ALUMNI | LIBRARY | COACHING | BONUSES | CHAT

Welcome to Recallers!

Welcome to Recallers!

Click the link below and save to your desktop our eBook: Your Master Distraction Recall List. We will reference this throughout Recallers, so you definitely want to review and complete the list before then.

Visit our forum, Recallers Chat to introduce yourself and meet other Recallers!

Then feel free to get started with the Game Days.

Again, WELCOME!
Susan

WELCOME

RECALLERS
EVERY DAY IS GAME DAY!

WATCH THIS VIDEO FIRST

Course Badges

- Recaller Guest
- Recaller Member
- Recaller Alumni
- Recaller Inner Circle Peep
- Recaller Veteran
- Recaller Staff
- Recaller Expert

CLICK TO DOWNLOAD YOUR FIRST IPLAY ASSIGNMENT

©Say Yes Dog Training. All rights reserved.

Slika 2.10: Prikaz prve strani ob prijavi v spletni tečaj Recallers.

Meni je zaradi več vsebine kompleksnejši. Do seznama posameznih modulov se dostopa s klikom na GAME DAYS. Vsaka učna vaja je sestavljena iz video treninga, daljšega opisa vsebine in zavihkov za prenos dodatnih datotek (slika 2.11).

The screenshot displays the Recallers website interface. At the top, there is a navigation bar with the Recallers logo and the tagline 'EVERY DAY IS GAME DAY!'. Below the navigation bar, a progress indicator shows 'Module Progress: 4 / 4 Completed'. The main content area features a grid of four 'GAME DAY' cards, numbered 1 through 4, each with a checkmark icon. Below this grid, the title 'Day 4: The Call ONCE Game' is displayed. A video player shows a woman speaking, with a 'Complete Game Day 4' button and other options like 'Download Game Day Quick Tips' and 'Download Game Day Full Notes' to the right. Below the video, there is a section for 'Equipment Required', '5 Minute Formula', '5 Minutes Training', 'Ultimate Use', 'Progressing with the Game', and 'Trouble shooting'. At the bottom, there is a 'Join the discussion!' section with a search bar and a list of user comments.

Slika 2.11: Prikaz postavitve elementov pri posamezni lekciji modula spletnega tečaja Recallers.

2.3 Povzetek analize

Ključen občutek, ki ga želi podjetje Dosezi sanje podati svojim uporabnikom, je, da niso na poti do svojega cilja nikoli sami. Žal, se trenutna vizualna podoba naših spletnih tečajev nikakor ne sklada s tem. Namesto občutka sreče, moči, družabnosti in navdiha tečajnike zaradi nepravilne izbire barv in postavitve navdaja z občutki osamljenosti, zmede in odtujenosti.

Z analizo je bilo ugotovljeno, da je poleg dobre vsebine pomemben tudi skladen videz s celoto podjetja. To je vsekakor uspelo ustvariti podjetjem, čigar spletne tečaje smo analizirali. Vsi so imeli rdečo nit, ki tečajnika lepo krmari skozi celoten program.

Pri oblikovanju nove grafične podobe strani za spletne tečaje bomo popravili neskladno barvno paletu in tipografijo. Veliko preobrazbo bo doživela tudi do zdaj zakomplicirana navigacija.

Naslednje poglavje bo posvečeno zamisli nove spletne strani za spletne tečaje.

Poglavje 3 Zamisel

Po analizi strani spletnih tečajev posameznikov, ki so že več let večji pri podajanju znanja preko spleta, smo prišli do zaključka, da odličen vmesnik zaznamuje predvsem preprostost. Mednjo štejemo preprostost elementov in poenostavljeno uporabo za uporabnika.

Odločili smo se, da vsak spletni tečaj, ki smo ga že in ki ga še bomo ustvarili, ne bomo imeli več na svoji poddomeni, ampak bomo vse predstavili na eno poddomeno, ki bo namenjena vsem tečajem skupaj. S tem se doseže boljšo preglednost, lažje in hitrejše posodobitve in večji občutek pripadnosti. Tečajnikom bo s to potezo tudi olajšan celoten proces dostopa do gradiva, še posebej v primeru nakupa več naših spletnih tečajev.

Namesto več različnih stilov bomo uporabili minimalističen pristop, ki bo kljub temu prikazoval vse potrebne elemente brez nepotrebne balasta. Cilj je, da bo nova grafična podoba privlačna in hkrati logična za uporabnika.

Stara spletna tečaja (Zbudi se in zaživi in Razkrij svoj sijaj) bomo ukinili in ustvarili popolnoma nove. V okviru diplomske naloge bo tako nastal nov produkt z imenom Premagaj notranjega kritika. Celotno delo bomo opravljali na poddomeni <http://tecaji.dosezisanje.si>.

3.1 Platforma in predloga

Glavna platforma, ki bo gostila novo stran, bo tudi tokrat Wordpress. Po analiziranem videzu tujih spletnih strani in pregledu različnih Wordpress predlog, ki podpirajo LMS, smo zakupili WPLMS Learning Management System [19].

To je predloga, specializirana in prilagojena prav za spletno učenje. Preko nje se lahko zgradi in objavi več spletnih tečajev, dodaja inštruktorje, tečajnike, forume, značke in certifikate. Na njej deluje tudi vtičnik WooCommerce, kar posledično omogoča prodajo narejenih tečajev [19].

Izbrana predloga ne deluje na principu naročnine, ampak enkratnega nakupa. S tem bo zadoščena želja po znižanju letnih stroškov in rednih posodobitvah. WPLMS Learning Management System deluje minimalistično, moderno in privlačno. Prav tako vsebuje vse

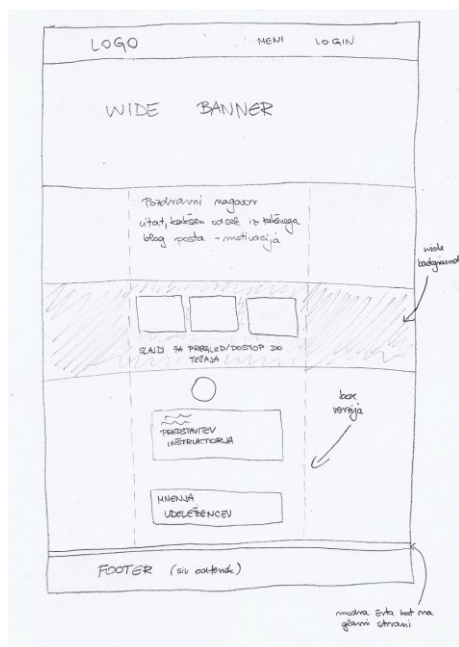
dodatne funkcije, ki smo jih pogrešali pri OptimizePress [13]. Je intuitivna za uporabo in odzivna na vse vrste zaslonov, vse od tablic, pametnih telefonov do računalniških zaslonov različnih velikosti.

3.2 Zasnova strani

Novo spletno stran, namenjeno tečajem, bodo obiskovali ljudje, ki so že seznanjeni s tem, kdo je podjetje Dosezi sanje. Predstavljal bo kot dodatno točko za vse, ki so že kupili kakšen naš produkt in bodo preko dodeljenega uporabniškega imena in gesla le dostopali do zakupljenega gradiva. Ravno zaradi te odločitve ne bomo nič vlagali v optimizacijo spletne strani, saj ne želimo kakršnega koli ranga na brskalnikih.

Celotna stran ne bo imela veliko podstrani. Strani s kompleksnejšo vsebino so začetna stran, stran za opis tečaja in strani z gradivom.

Ob prihodu na stran želimo tečajniku pričarati občutek domačnosti z že znanimi barvami in pisavo. Na vrhu strani bodo razpoznavni logo, meni in baner. Sledil bo obvezni pozdravni nagovor z motivacijsko mislijo. Po zgledu pregledanih tujih strani bodo nato predstavljeni bodoči in trenutno že delujoči spletni tečaji (slika 3.1). S to potezo želimo tečajnike seznaniti z ostalimi izdelki in jih spodbuditi h kakšnemu dodatnemu nakupu.



Slika 3.1: Zamisel postavitve elementov na glavni strani za spletne tečaje.

Za večjo kredibilnost bo dodana tudi slika inštruktorja, ki vse te spletne tečaje vodi, njegov opis in mnenja preteklih udeležencev. Noga strani bo enaka na vseh podstraneh in bo vsebovala glavne uradne podatke o našem podjetju in povezavo do pogojev poslovanja.

Glavni elementi, ki bodo sestavljali strani z gradivom oz. učno lekcijo, bodo vsebovali video trening, kontrolni seznam in povzetek predstavljene vaje. Želimo, da je učni načrt vedno viden.

3.3 Tematika videza

Nesmiselno je zgraditi novo spletno podobo na podlagi trendov, ki že nekaj let niso več moderni ali sploh prisotni. Želimo biti v koraku s časom in čim bolj skladni s tem, kar narekuje trenutne grafične in tehnološke smernice, ravno zato smo za celoten stil oblikovanja izbrali hibrid med ploskim oblikovanjem (*angl. flat design*) in materialnim oblikovanjem (*angl. material design*).

UX Magazine je skupnost, ki brezplačno ponuja vire in najnovejša znanja s področja uporabniških izkušenj, ki jih nabere s pomočjo vodilnih posameznikov in podjetij, s katerimi sodeluje. V enem izmed svojih člankov so povedali, da je splet zajel naraščajoč val ploskega oblikovanja in nedavna poročila potrjujejo, da temu trendu samo narašča popularnost. Seveda bi lahko z lahkoto zavrgli plosko oblikovanje kot zgolj še en bežen estetski trend, ampak globlji vpogled v to novo filozofijo razkriva, da je plosko oblikovanje veliko več kot pa "zgolj videz" [20].

Plosko oblikovanje lahko razumemo kot bolj prefinjenega in vsestranskega bratranca minimalizma. Čeprav deluje na videz enkratno že v primeru, ko ga uporabimo v okvirih minimalizma, je zmožno rokovati z veliko večjo kompleksnostjo [20]. Prišli so do ugotovitve, da ima plosko oblikovanje v svojem bistvu naslednja dva cilja:

- zajeti omejitve zaslona in namesto poskusa popačitve, raje delovati znotraj teh parametrov;
- uporabiti to novo pridobljeno preprostost kot izhodišče za racionalizacijo oblikovanja in izdelavo še hitrejših in bolj funkcionalnih spletnih strani [20].

Nadaljujejo, da ima plosko oblikovanje vse attribute, ki naredijo stran tako funkcionalno kot lepo in pripelje nas korak bližje k novi paradigmi digitalnega oblikovanja, kjer sta funkcionalnost in estetika v popolni harmoniji [20].

Kot drugi pristop k oblikovanju smo si izbrali še t. i. materialno oblikovanje, ki so ga razvili pri podjetju Google. Njegova značilnost je, da bolj darežljivo uporablja mrežne postavitev,

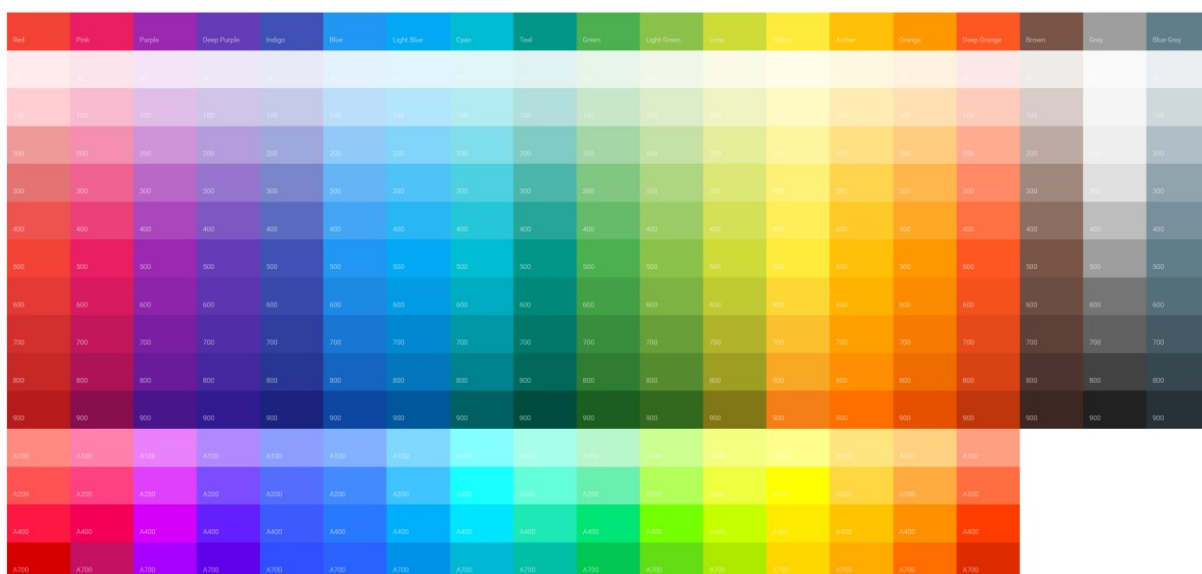
odzivne animacije in prehode ter globinske učinke, kot so osvetlitev in sence [21]. Temelji na tiskanih oblikovnih elementih, kot so tipografija, mreže, lestvice, barve in slike. Z njihovo pomočjo ustvarja hierarhijo, pomen in osredotočenost, ki poglobijo uporabnikovo izkušnjo [22]. Kljub temu, da je bilo materialno oblikovanje v prvi vrsti izdelano kot pomoč oblikovalcem operacijskega sistema Android, se je kmalu razširilo in preneslo tudi na spletne strani.

Za naše potrebe bomo izbrali smiseln hibrid med tema dvema stiloma, imenovan tudi plosko oblikovanje 2.0 (angl. *flat design 2.0*), ki predstavlja pameten kompromis med funkcionalnostjo, uporabnostjo in estetiko.

3.4 Barvna paleta

Materialno oblikovanje nam bo precej olajšalo izbiro naših vodilnih barv. Razvijalci so namreč več let iskali barvne odtenke, ki bi sovpadali drug z drugim, ne glede na to, kateri dve vodilni barvi bi nekdo izbral.

Tako je nastala barvna paleta materialnega oblikovanja, ki je vidna na sliki 3.2.



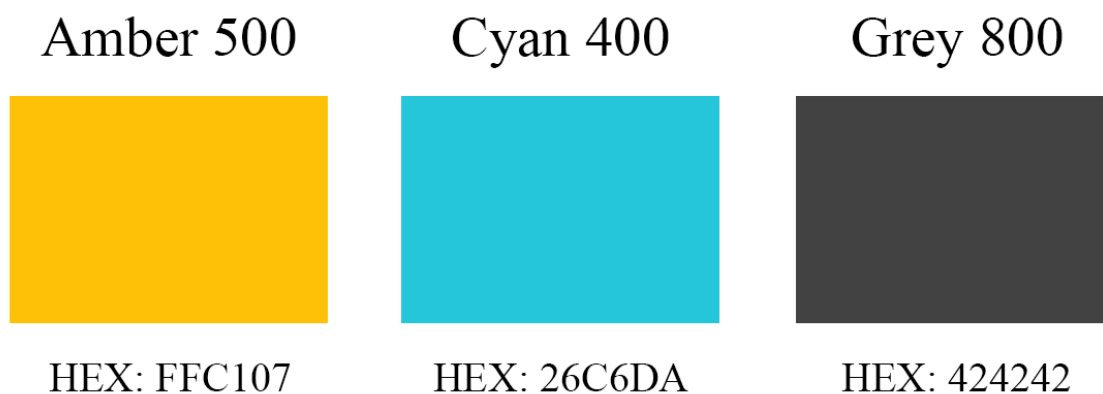
Slika 3.2: Predstavitev celotne barvne palete Googlovega materialnega oblikovanja iz spletnega mesta materialui.co.

Ta celotna barvna paleta obsega primarne in akcentne barve (angl. *accent colors*), tj. barve za poudarke, ki se jih lahko uporabi za predstavitve ali za izdelavo glavnih barvnih palet podjetja [22].

Barvna paleta je sestavljena iz 19 različnih barv z angleškimi imeni *Red, Pink, Purple, Deep Purple, Indigo, Blue, Light Blue, Cyan, Teal, Green, Light Green, Lime, Yellow, Amber, Orange, Deep Orange, Brown, Grey, Blue Grey*, ter bele in črne. Vsako izmed njih predstavlja glavni, primarni odtenek z oznako 500. Preostali odtenki se razprostirajo vse od oznake 50 (svetlejši odtenek) do 900 (temnejši odtenek).

Akcentne barve so prisotne pri šestnajstih barvah, oznake, s katerimi se jih označuje, so od najsvetlejše A100, A200, A400, do najtemnejše A700.

Po več preizkušenih barvnih parih smo se na koncu odločili, da bomo kot glavni barvi izbrali Amber odtenek 500 in Cyan odtenek 400, z občasno uporabo Grey 800. Z njimi ne bomo opremili zgolj nove strani za spletne tečaje, ampak istočasno predelali tudi barve znaka podjetja in našo glavno spletno stran. Izbrana barvna paleta je vidna na sliki 3.3, nova podoba znaka in logotipa je vidna na sliki 3.3.



Slika 3.3: Predstavitev nove barvne palete.



Slika 3.4: Nova podoba znaka in logotipa podjetja Dosezi sanje.

Ker so naši tiskani izdelki znani po barvitih platnicah in ker želimo ohraniti to igrivost, bo vsak posamezen spletni tečaj predstavljen z drugo barvo iz barvne palete materialnega oblikovanja.

3.5 Tipografija

Po pregledu različnih možnosti smo se odločili, da bomo uporabili pisave, ki jih ponuja Google Web Font Library.

Douglas Bonneville, profesionalni grafični oblikovalec in razvijalec vse od leta 1992, je v enem izmed svojih člankov za Smashing magazine dejal, da je »daleč najbolj priljubljeno načelo za ustvarjanje kombinacij pisav to, da se v par združi neserifno pisavo za prikaz naslovov in serifno pisavo za telo besedila. To je klasična kombinacija, s katero je skoraj nemogoče zgrešiti« [23].

Izmed več sto odprtokodnih pisav, prilagojenih za spletne strani, je bila kot glavna pisava za naslove H1 do H6 izbrana neserifna pisava Open Sans z debelinami Regular, Semibold in Bold, prikazane na slikah 3.5, 3.6 in 3.7.

Open Sans

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&.,?;:)

Slika 3.5: Pisava Open Sans Regular.

Open Sans Semibold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&.,?;:)

Slika 3.6: Pisava Open Sans Semibold.

Open Sans Bold
abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&.,?::;)

Slika 3.7: Pisava Open Sans Bold.

Za predstavitev vsebine spletnega sestavka bo uporabljena serifna pisava Merriweather z debelino Book, vidna na sliki 3.8. Da bomo ohranili konsistentnost, bomo isto kombinacijo pisav dodelili tudi glavni spletni strani podjetja.

Merriweather
abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&.,?::;)

Slika 3.8: Pisava Merriweather.

Poglavje 4 Oblikovanje

Poddomena, ki bo gostila nove spletne tečaje podjetja Dosezi sanje, je kot prazen list. Po odločitvi, da popolnoma ukinemo oba stara spletna tečaja, se je pojavilo povpraševanje po čisto novem, svežem produktu, ki bo že od samega začetka skladen z zamislijo, ki smo si jo zastavili.

Tako je nastal nov spletni tečaj z naslovom Premagaj notranjega kritika, ki je tako vsebinsko kot oblikovno rasel skupaj z izdelavo tega diplomskega dela. Kljub temu, da bomo v začetnih mesecih od otvoritve nove strani ponujali samo tega, želimo izkoristiti pretok tečajnikov za promocijo dveh dodatnih tečajev, ki bodo prišli v ponudbo za prodajo šele kasneje.

Dodatnima spletnima tečajema, katerima smo dali imeni Projekt samozavest in Pot do cilja, bomo tako že zdaj izbrali pripadajoče barve in logotip, vsebina bo zaenkrat ostala neizpolnjena.

4.1 Logotip

Na vsak produkt, ki se ga ustvari, je dobro gledati širše in se ne omejiti le na trenutne razmere. Naš dolgoročni cilj je, da bo večina naših spletnih tečajev nekoč postala samostojna blagovna znamka. Ravno iz tega razloga smo se odločili ponovno analizirati znake in logotipe tujih podjetij, ki so to že dosegla, in poiskati skupno rdečo nit med njimi, preden začnemo z oblikovanjem naših.

Pod drobnogled smo tokrat vzeli vizualno podobo znakov in logotipov spletnih tečajev Chalene Johnson [16] in Brendona Burcharda [14]. (slika 4.1, slika 4.2)



Slika 4.1: Znaki in logotipi spletnih tečajev Chalene Johnson.



Slika 4.2: Znaki in logotipi spletnih tečajev Brendona Burcharda.

V vseh logotipih je uporabljena neserifna pisava. Slikovni znak je sestavljen iz enostavnih likov, določeni tečaji so celo brez njega. Tale ugotovitev je predstavljala kar veliko presenečenje, saj smo pričakovali, da morajo imeti več milijonov evrov vredne blagovne znamke kompleksnejše oblike znakov in predstavitev. Prišli smo do spoznanja, da je seveda še vedno izredno pomembna podoba, vendar ni potrebe po zapletenih znakih. Njihov minimalističen pristop je skladen z našo zamisljivo in nam potrjuje, da smo se glede izbire nove grafične podobe dobro odločili.

Naši spletni tečaji bodo označeni s slikovnim znakom in besednim znakom. Vsak bo imel svojo glavno vodilno barvo in dve različici glede na podlago, na kateri se bodo lahko nahajali. Kot glavna pisava je bila izbrana brezplačna, a kvalitetna družina pisav Bebas Neue. Izbrali

smo debelini Book in Bold, prikazani na slikah 4.3 in 4.4. Značilnost te pisave je tudi ta, da ima samo velike tiskane črke.

BEBAS NEUE BOOK
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0312456789(!@#\$%&.,?::)

Slika 4.3: Pisava Bebas Neue Book.

BEBAS NEUE BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0312456789(!@#\$%&.,?::)

Slika 4.4: Pisava Bebas Neue Bold.

Kot glavna barva grafične podobe spletnega tečaja Premagaj notranjega kritika je izbrana rdeča. Tako kot vsaka barva, ima tudi rdeča negativne in pozitivne pomene. Njeni negativni pomeni so asociirani z nevarnostjo, napadalnostjo in jezo, pri pozitivni se jo povezuje z ljubeznijo, strastjo in toplino. S tem tečajem smo jo povezali, ker je energična, vzbudi emocije in nas motivira za akcijo. Je barva odločnosti in lahko podari samozavest ljudem, ki so sramežljivi, ali jim primanjkuje moči volje [24]. To je ravno to, kar želimo doseči s tečajem Premagaj notranjega kritika. Ravno ti občutki so tisti, ki želimo, da spremljajo tečajnike skozi celotno pot, čez vse tedne, ko bodo z nami.

Znak, ki bo predstavljal ta tečaj, bo imel preprosto obliko srca v srcu. S seboj nosi skriti pomen, in sicer, kako pomembno je spoprijateljiti se s seboj, okrepiti svojo notranjo moč in si

nameniti čim več ljubezni in prijaznih besed. Po več poskusih oblikovanja smo se odločili za različici, prikazani na sliki 4.5.



Slika 4.5: Predstavitev znaka in logotipa spletnega tečaja Premagaj notranjega kritika na beli in rdeči podlagi.

Na sliki 4.5 je vidna tudi izbira barv, ki se bo uporabljala glede na podlago, na kateri bo prikazano ime. Na beli podlagi sta z rdečo barvo Red 500 iz materialne barvne palete označena najpomembnejša elementa – beseda premagaj in notranje srce. Namesto črne je izbrana barva Grey 800, ki je ena izmed glavnih barv naše barvne palete.

Na rdeči podlagi za razliko od sive prevzame glavno vlogo bela barva. Želeli smo, da je tudi tukaj srce dvobarvno, zato je notranji del obarvan z našo paletno barvo Amber 500.

Prva različica je sicer vsebovala sivo srce, vendar smo opazili, da bi postal v primeru te izbire celoten videz malo preveč tog in strog, kar je daleč stran od barvitosti, ki jo želimo ohraniti kot našo glavno značilnost.

Po enaki poti izbiranja sta šli tudi vizualni podobi za ostala dva spletna tečaja, ki ju sicer tekom diplomske naloge ne bomo vsebinsko razvijali, ampak bosta vseeno že služili kot del promocije.

Spletni tečaj Projekt samozavest bo za razliko od tečaja Premagaj notranjega kritika daljši, dražji in tudi obsežnejši. Predstavljal bo glavni spletni produkt in najvišjo stopničko, ki jo bo naše podjetje nudilo na področju tematike samozavesti in samospoštovanja.

Kot glavna barva, s katero se bo asociiral, je bila zato iz celotne materialne palete barv izbrana barva Amber 700. Ta odtenek barve, četudi malo temnejši, je prevladal zato, ker smo želeli, da bo produkt asociiran z barvami podjetja Dosezi sanje.

Predstavitvi na različnih barvnih podlagah sta vidni na sliki 4.6. Glavni znak, ki bo predstavljal tečaj, je tokrat zvezda. Povzeta je iz glavnega logotipa podjetja. Zvezda zaznamuje sinonim tega, kako se moramo povzdigniti čez svoje strahove, če želimo zasijati z vso svojo veličino.



Slika 4.6: Predstavitev znaka in logotipa spletnega tečaja Projekt samozavest na beli podlagi in Amber 700 podlagi.

Enako razmišljanje kot pri Projektu samozavest smo uporabili tudi pri izdelavi podobe spletnega tečaja Pot do cilja, ki bo predstavljal glavni produkt našega podjetja na področju tematike ciljev in produktivnosti. Izbrana glavna barva je Cyan 400. To je tudi druga glavna

barva logotipa podjetja. Kot je razvidno na sliki 4.7, je napis ponovno siv, puščica na modri podlagi je oranžna in je istega odtenka kot izbrana barva tečaja Projekta samozavest.



Slika 4.7: Predstavitev znaka in logotipa spletnega tečaja Pot do cilja na beli podlagi in Cyan 400 podlagi.

Stopnice predstavljajo pot in korake, ki jih moramo narediti, če želimo priti do cilja, ki je precej višje od tam, kjer smo zdaj.

Vsi znaki in logotipi so bili izdelani v programu Adobe Illustrator CC 2015. Adobe Illustrator je urejevalnik za vektorsko grafiko, ki so ga razvili pri Adobe Systems. Verzija CC je sedemnajsta po vrsti [25]. Prednost izdelovanja vektoriziranih slik je ta, da se ob povečanju ali pomanjšanju ne popačijo robovi, ampak ohranijo čisto linijo.

4.2 Video treningi

Znan rek pravi, da slika pove več kot tisoč besed, a kljub temu je video v zadnjih letih postal eden izmed najmočnejših načinov, kako se vtisniti v spomin gledalcem in z njimi ohranjati pristen stik. YouTube je video približal navadnim smrtnikom in ga populariziral, SnapChat, Periscope in Facebook live ne želijo zaostajati in se prilagajajo trendu.

HubSpot je podjetje, ki preko svoje istoimenske programske opreme pomaga svojim uporabnikom pri povečanju promocije preko blogov, elektronskih knjig, SEO, Facebooka, videov in poštnega seznama. V začetku leta 2016 so pregledali različna poročila na področju spletnega obnašanja in ugotovili, da 51,9 % marketinških strokovnjakov po celem svetu opisuje video kot vrsto vsebine, ki prinese najboljšo donosnost naložbe. Dvig nakupov je bil opažen tudi v trgovinah, ki imajo na spletu video predstavitev. Kupci, ki si ogledajo te predstavitve, 1,81-krat verjetneje kupijo ta produkt kot tisti, ki si jih ne pogledajo. Uporaba besede »video« pride v poštev povsod, tudi v namenu elektronske pošte, saj poveča odstotke odpiranja za kar 19 % [26].

Video predstavlja prihodnost in vedno bolj izpodriva zgolj navadno besedilo. Tudi to so razlogi, zakaj smo se odločili, da naš novi spletni tečaj Premagaj notranjega kritika, za razliko od starih, ne bo imel tekstovne predstavitve ali kakršnega koli transkripta posnetka. Sicer bomo uredili kontrolne sezname in povzetke določenih vaj, ampak celotna snov se bo predajala naprej zgolj preko video treninga.

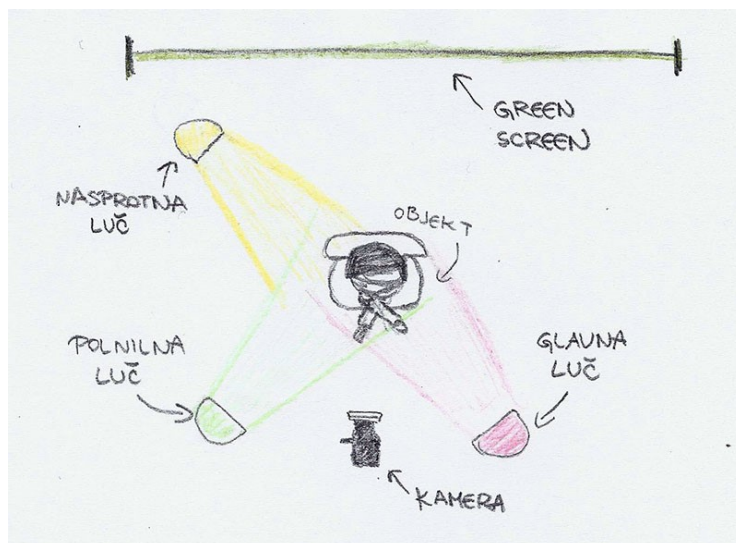
4.2.1 Svetloba, zvok in snemanje

Ni vsak posnetek tudi vizualno odličen posnetek. Lahko ima še tako edinstveno vsebino, a če zvok in osvetljava nista kvalitetna, se osredotočenost gledalca hitro izgubi in posledično stvari ne pridejo do izraza, tako kot bi si želeli.

Za snemanje video treningov smo uporabili DSLR kamero Canon 70D z objektivom Sigma 17–50 mm. Ker ima prostor, ki smo ga določili za snemanje, malo pohišta, je zvok, ki ga je zajel fotoaparat s svojim internim mikrofonom, precej odmeval. Za izboljšanje kvalitete zvoka smo tako raje uporabili lavalier mikrofone in ga povezali s snemalnikom zvoka Zoom H1. Lavalier (poznani tudi kot lav, lapel mikrofoni, osebni mikrofoni) je majhen mikrofoni, ki se ga s pomočjo sponke pripne na majico ali kravato, in omogoča prosto delovanje, ne da bi ga bilo treba držati v rokah [27]. Zaradi svoje bližine viru govora sprejema zvoke brez odmevov in so zaradi tega jasnejši in boljši.

Ravno tako kot zvok je pomembna tudi osvetljenost glavnega objekta, torej v našem primeru govorca. Ena izmed večjih napak, ki se jo lahko naredi, je tudi ta, da se osvetlitvi glavnega objekta ne dodeli dovolj pomena. Pravilna svetloba igra še kako pomembno vlogo.

Za potrebe naših videoposnetkov smo uporabili tritočkovno osvetlitev (slika 4.8).



Slika 4.8: Predstavitev tritočkovne osvetlitve.

Tritočkovna osvetlitev je metoda, ki se jo uporablja v vizualnih medijih, kot so gledališče, video, film, portreti in računalniško generiranih podobah. Kot že sam opis pove, je sestavljena iz treh svetlobnih virov – glavne luči, polnilne luči in nasprotne luči. Vsaka je na svoji poziciji in snemalec jih lahko premika, da osvetlijo objekt (recimo osebo), kot si želi [28].

Glavna luč, kot že samo ime pove, sveti direktno na objekt in služi kot vodilna osvetlitev, ki daje ostre sence in poudari kontrast. Polnilna luč tudi sveti na objekt, vendar z druge strani kot glavna luč. Lahko bi jo opisali kot mehkejšo svetlobo, ki osvetli tiste dele, ki so pri glavni luči ostali temni. Polnilna luč je manj močna kot glavna in priporočeno je, da je tudi za vsaj polovico manj intenzivna od nje [28].

Nato je tu še nasprotna luč (lahko tudi ramenska luč), ki sveti na osebo od zadaj iz ene ali druge strani. Doda kot nekakšno obrobo, krono svetlobe, ki deluje kot ločilo med subjektom in ozadjem [28].

Zaradi majhnosti snemalnega prostora in posledično majhnih možnosti za manevriranje z lučmi, da še vedno ostanejo v pravilnem tritočkovnem razmerju, smo se odločili, da za potrebe snemanja kupimo greenscreen ozadje. To je ozadje, ki ga uporabljajo v filmski industriji. Njegova prednost je ta, da ga lahko programsko zberišemo in zamenjamo z drugim. Paziti je treba le, da oseba v kadru ne nosi zelenih oblačil ali oblačil zelenih odtenkov.

4.2.2 Post-produkcija

Mikrofon, ki ga uporabljamo, je mono in je zato zajeti zvok shranjen samo na levem kanalu. Desni kanal je posledično prazen. Z uporabo brezplačnega odprtokodnega programa Audacity

verzije 2.1.2 za urejanje in snemanje videoposnetkov [29], smo podvojili levi kanal in z njim nadomestili desnega. Tako smo iz mono zvoka naredili stereo zvok.

Za obdelavo videoposnetkov smo uporabili program Adobe Premiere Pro CC. To je izjemno orodje, ki je zaradi svojega ogromnega nabora dodatnih možnosti popularen celo v filmski industriji [30]. Celotno delo poteka na časovnici, kamor se prenese želeni posnetek in se ga nato skupaj z zvokom reže, premika, upočasnjuje, ali dodaja različne efekte. Kot je že bilo omenjeno, bomo namesto zvoka, ki ga je posnela kamera, uporabili zvok, ki ga je zajel mikrofona. Po prenosu posnetka na časovnico ga je tako treba najprej sinhronizirati z novim, čistejšim zvokom.

Po ureditvi zvoka sledi menjava ozadja s *chroma key*. »*Chroma key* je proces združevanja dveh slik, tako da se na sliki, ki je v ospredju, določi razpon barve, ki se jo odstrani in na tem mestu se pokaže druga slika v ozadju« [31]. Po daljšem razmisleku smo se odločili, da bomo za novo ozadje uporabili zelo rahlo sivo barvo s heksadecimalno številko #eeeeee in naše značilne barvne robove. Na sliki 4.9 se lahko vidi, kako je bila za ta spletni tečaj izbrana rdeča barva robov.



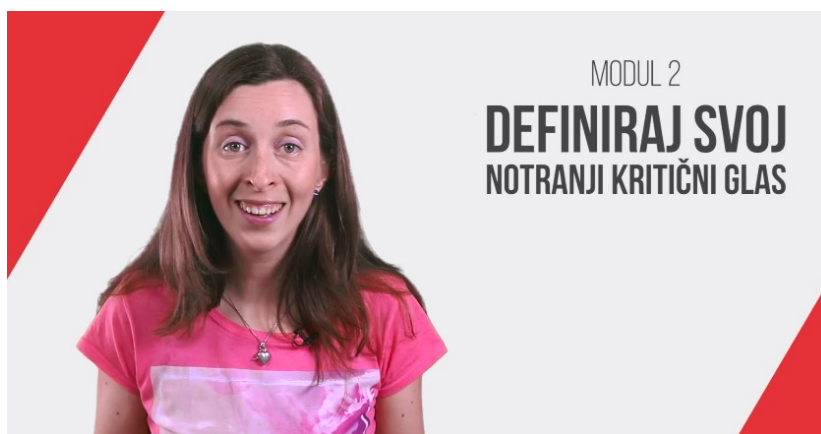
Slika 4.9: Ozadje video treninga spletnega tečaja Premagaj notranjega kritika.

Pomemben korak, ki ga ni dobro izpustiti, je uravnavanje ravnovesja beline (angl. *white balance*) in barvne temperature, da se koža govornika čim bolj ujema z njegovimi praviimi kožnimi barvami. To smo uredili s pomočjo video efektov, ki so že znotraj programa Adobe Premiere. Določili smo nam ustrezno krivuljo RGB, želeno intenziteto senc, srednjih tonov (angl. *midtone*s) in poudarkov (angl. *highlights*).

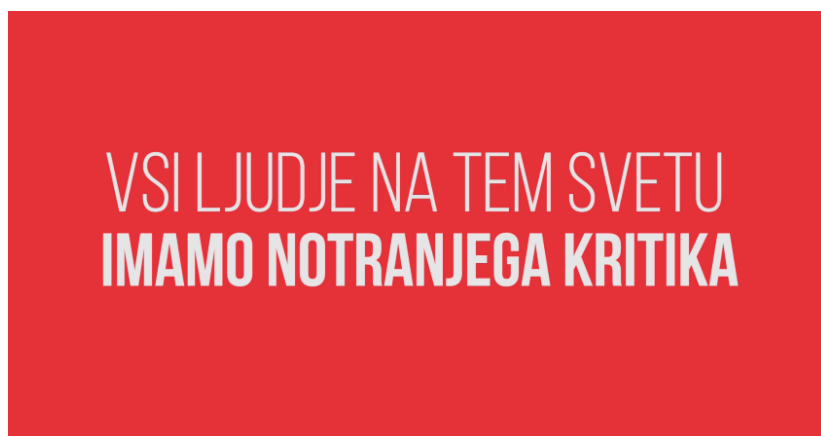
Šele, ko smo uredili vse te fineše, smo posnetek porezali in odstranili napake. S tem zaporedjem smo zagotovili enotnost vizualne podobe čez vse minute posnetka.

Tudi, če je glavni akter pred kamero najboljši govorec na svetu, je pomemben element vsakega videoposnetka dinamika. Tako se ohrani pozornost gledalca, saj morajo oči vedno slediti, ker ne vedo, kaj se bo zgodilo v naslednjem trenutku. To se lahko doseže z različnimi zornimi koti kamere, premiki objekta ali naknadno dodanimi napisi. Glede na to, da smo vse video treninge snemali iz vedno istega kota kamere in da objekt sedi na mestu, smo se odločili za zadnjo možnost.

Vse animacije smo naredili kar preko programa Adobe Premiere, saj je bil za naše zahteve dovolj zmogljiv. Barvne robove smo izkoristili za dopolnitev animacije tako, da se iz leve ali desne strani čez celoten posnetek razgrne rdeča barvna zavesa, na katero nato postavimo pomembno besedilo. Ena izmed uporabljenih animacij je tudi premik objekta (govorca) na stran in postavitev besedila ob njega. Na slikah 4.10 in 4.11 sta predstavljena dva primera.



Slika 4.10: Primer animacije znotraj video treninga z objektom (govorcem) na eni strani in pomembnim besedilom na drugi.



Slika 4.11: Primer animacije znotraj video treninga čez celoten zaslon.

4.3 Kontrolni sezname, povzetki

Bolj kot se tečajniku stoji ob strani, večje so možnosti, da bo prišel do konca tečaja in dejansko delal vaje. Seveda je vsak posameznik odgovoren zase, ampak lahko se marsikomu olajša pot, če se na določene točke postavi kontrolne sezname in povzetke, ki si jih lahko s spletne strani in posledično lažje sledi svojemu napredku.

Vse naše kontrolne sezname in povzetke smo oblikovali v Adobe Indesign CC [32]. To je orodje, ki ga je izdalo podjetje Adobe Systems. Uporablja se ga za dizajn vse od plakatov, letakov, revij, časopisov, planerjev in knjig [33].

4.3.1 Oblikovanje kontrolnega seznama

Slika 4.12 predstavlja končno podobo kontrolnega seznama za modul 2. V glavi strani je dodan naslov spletnega tečaja. Znak s srcem smo izpustili, ker smo želeli, da pride vse na eno stran in nesmiselno bi bilo, da bi bil tam zgolj en majhen, slabo viden znak. Glavna barva kontrolnega seznama je barva tega modula, tj. Red 500. Besedo MODUL 2 smo zaradi lažje berljivosti označili z Amber 800. S tem smo tudi želeli razbiti monotonost in resnost in dodati malo barvitosti. Logotip podjetja je dodan v nogo strani.

Kontrolne sezname za preostale module smo naredili po istem vzorcu.

PREMAGAJ NOTRANJEGA KRITIKA

Kontrolni seznam **MODUL 2**

Definiraj svoj notranji kritični glas			
DEL 1 - Detektiv	Datum	✓	Opombe / Dodatni zapiski
Korak 1 - Poglej video trening			
Korak 2 - Določi kraje			
Korak 3 - Določi situacije			
Korak 4 - Določi stavke in besede			
Korak 5 - Določi občutke			
DEL 2 - Novinar	Datum	✓	Opombe / Dodatni zapiski
Korak 1 - Poglej video trening			
Korak 2 - Reši 1. del vaje			
Korak 3 - Reši 2. del vaje			
Korak 4 - Reši 3. del vaje			
DEL 3 - Slikar	Datum	✓	Opombe / Dodatni zapiski
Korak 1 - Poglej video trening			
Korak 2 - Opiši svojega notranjega kritika			
Korak 3 - Poimenuj ga			
Korak 4 - Nariši ga			

J ANEJAŠTRUKELJ

Slika 4.12: Primer kontrolnega seznama posameznega modula.

4.3.2 Oblikovanje predloge povzetka

Na sliki 4.13 je viden primer več strani predloge za povzetke vaj, ki smo ga oblikovali za prvi del vaj drugega modula. Na prvi strani je vedno uporabljena barvna shema napisa in znaka, ki smo jo izbrali za rdečo podlago. Rdeča linija se nato nadaljuje v glavi vsake strani. Logotip podjetja je postavljen v nogo. Z odtenkom Amber 800 so pobarvani tudi glavni podnaslovi vaj.

Vsak modul bo imel za dele, kjer bo to potrebno, urejene povzetke z enako predlogo, le različno vsebino.



Slika 4.13: Strani predloge za posamezne dele modula spletnega tečaja.

4.4 Končni izdelek

Glavni logotip podjetja smo za lažje razlikovanje opremili še z besedo e-tečaji. Glava, ki se prikaže na zaslonu na računalniku, je vidna na sliki 4.14. Za lažjo predstavbo je dodana črna obroba, ki na spletni strani ni prisotna.



Slika 4.14: Glava spletne strani na računalnikih.

Zaradi manjšega vidnega polja pri pametnih telefonih in tablicah in dolgega logotipa, smo se odločili, da za mobilno verzijo logotip skrajšamo (slika 4.15).



Slika 4.15: Glava spletne strani na pametnih telefonih in tablicah.

Slike 4.16, 4.17 in 4.18 prikazujejo najpomembnejše strani vmesnika za spletne tečaje.

ANEJAŠTRUKEL | Tečaji

DOMOV TEČAJI PRISAVA

GREVA TVOJIM sanjam naproti

Dobrodošli na stran, kjer dvomi izgubijo svojo moč in kjer se ponovno naučite sijati

Če v naslednjih letih še naprej nadaljujete s tem, kas počnete, če še naprej ohranite iste misli, iste navade in ne skuhate čisto nič spremembiti, se boste zadovoljili, srečni in hvaležni zazrli nazaj na svoje življenje, ko boste tik pred senčijo?

Ko sem si prvič postavila to vprašanje, me je odgovor zmagal. **Takrat je bil čas za moj "DVOJLI JEŽ",** ki ste je za vedno spremenili. Slišai vse spletno tečaje na tej strani, vas želim besni v rit in vam pokazati, kako si lahko, ne glede na to, kaj se nam je zgodilo v preteklosti in ne glede na to, kje smo trenutno v življenju, ustvarimo lepoto in boljšo prihodnost.

Po svojem načrtu in ne načetu staršev, okolice ali kogarkoli drugega.

Vi ste vsledni, **vaša steča je pomembna** in vesela sem, da so se najine poti stečale.

Sledi spodnji puščici in izberite tečaj zate.

↓

IZBERI SVOJ TEČAJ

Akademija POT DO CILJA

Akademija PROJEKT SAMOZAVEST

Premagaj NOTRANJEGA KRITIKA

"Starost ne prinese modrosti, ampak izobraževanje, učenje in preizkušanje novih stvari, četudi te je noro strah narediti ta korak."

— Anton Čebokov & Anesja Štrukelj

IMAMO SAMO ENO ŽIVLJENJE!

Če bi imeli možnost,

- 1) da živite svoje življenje tako, da se takoj zjutraj, ko se zbudite, slišite z navdušenjem iz postelje, v sebi oči dati čiste strasti, veselje, srečo, ljubezen, hvaležnost in se nato polni novih stvari spustite v spatec...
- 2) da se zbudite brez energije, dan preživljate na avtopilota in gledate, kako vas drugi prenašajo okoli, kot jih je volja, zvečer pa se čudite, kam so šle vse ure in kako vam spet ni uspelo narediti vsi obveznosti...

... katero opcijo bi izbrali?

Večina ljudi, ki izbrala prvo.

Ampak ali veste kaj je najbolj žalostno?

Da kljub temu ogromno ljudi še vedno nezavedno živi zgodaj opisano drugo opcijo.

Sem **Anesja Štrukelj** in v spletnih tečajih, ki sem jih za vas pripravila na tej strani, naredimo temu konec. Pokazati vam želim, kako ni prva možnost zgolj en čuden mit, ampak, kako obstajajo že preverjene tehnike, ki te lahko hitreje pripeljejo do tja.

Ker veste kaj, sama sem bila nekoč globoko v drugi točki in mislila sem, da ni izhoda iz tam.

Mislila sem, da smo ljudje zgolj roboti, ki morajo tiho slediti zahtevam drugih – tistih premožnejših ali rojenih pod srečno zvezdo.

Moje sanje so bile postalčne, posledično nisem imela svojih ciljev, samozavest je bila 100 km pod točko nič, moj notranji kritik pa je brezskrbno vladal v moji glavi. Zdelo, ko pišem tale sestavek, se mi zdi skoraj neverjetno, kako se lahko dopuščala kaj takega.

A da sem pričla iz točke, kjer sem bila, do točke, kjer sem zdaj, sem se morala najprej premazniti in se začeti bečati v rit, tudi, ko sem želela odnehati.

Pod nobenim pogojem se nisem želela več vrniti tja, kjer sem bila nekoč.

Začela sem analizirati stvari, testirati različne tehnike, preizkušati, kaj je tisto, kar bolj deluje, kaj ne deluje. Sli sem skozi različne neuspehe, sile sreče in žalosti, ogromno vprašanj, več "DVOJLI JEŽ".

Vse v teh letih pridobljeno znanje sem združila v preproste korake znotraj spletnih tečajev, ki jih lahko vidite, z namenom, da vam skazjam pot do tja, kamor želite petiti in da vam ne treba iti po tako dolgo poti, kot sem šla sama.

Prilje je čas, da tudi vi zasijete! Nehajte se skrivati. ☺

Tukaj ste. Škoda bi bilo, da ne bi izkocistili tega na-ključ-ja, ki vas je pripeljal do sem.

[Raziščite tečaje, pridružite se in dovolite si zaživeti življenje po svojem načrtu.](#)

© 2017-2018 ANEJAŠTRUKEL, S.P. - VSE PRAVICE HRANJENE | POKOBI POSLOVANJA

Slika 4.16: Glavna začetna stran, ki pričaka obiskovalce.

ANEJAŠTRUKELJ | tečaji

DOMOV TEČAJI PRIJAVA

O TEČAJU / COURSE / MINI E-TEČAJI / **PREMAGAJ NOTRANJEGA KRITIKA**

Premagaj NOTRANJEGA KRITIKA

Virtualni coach
ANEJA ŠTRUKELJ

O TEČAJU **UČNI NAČRT**

Učni načrt tečaja

MODUL 1 – Seznanj se s kritikovo zgodbo

- Od gledalca do zmagovalca
- Spoznaj ga
- Pouči se o njegovi preteklosti
- Poglej njegove različne obraze

MODUL 2 – Definiraj svoj notranji kritični glas

- Vaja DETEKTIV
- Vaja NOVINAR
- Vaja SLIKAR

MODUL 3 – Utišaj besede notranjega kritika

- Zaustavi tok očitkov
- Vpelji novo besedišče
- Zasuj ga z ljubeznijo

ZASEBNI TEČAJ

ZNAČKA

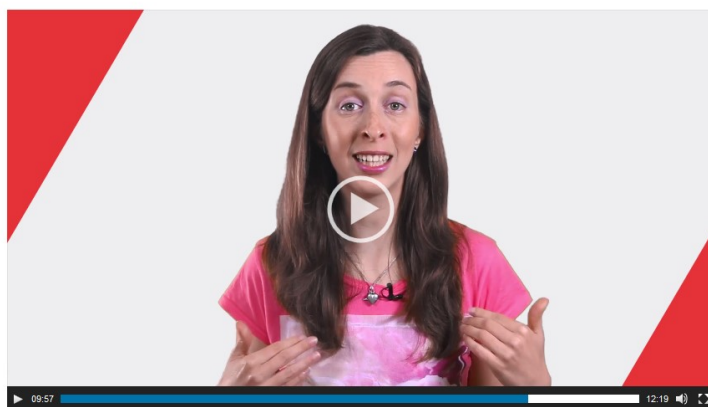
Slika 4.17: Prikaz videza učnega načrta posameznega tečaja.

📄 12 MINUT

VIRTUALNI COACH
ANEJA ŠTRUKELJPREOSTALI ČAS: : NEOMEJEN
DOSTOP

Spoznaj ga

V tem delu modula skupaj odkrijemo, kaj sploh je notranji kritik.



KOMENTARJI

POSTAVI VPRAŠANJE

< PREJŠNJI DEL

OZNAČI TA DEL MODULA KOT ZAKLJUČEN

NASLEDNJI DEL >

10.00%

MODUL 1 - SEZNANI SE S KRITIKOVO
ZGODBO

- OD GLEDALCA DO ZMAGOVALCA
- SPOZNAJ GA
- POUČI SE O NJEGOVI PRETEKLOSTI
- POGLEJ NJEGOVE RAZLIČNE
OBRAZE

MODUL 2 - DEFINIRAJ SVOJ NOTRANJI
KRITIČNI GLAS

- VAJA DETEKTIV
- VAJA NOVINAR
- VAJA SLIKAR

MODUL 3 - UTIŠAJ BESEDE
NOTRANJEGA KRITIKA

- ZAUŠTAVI TOK OČTRKOV
- VPELJI NOVO BESEDIŠČE
- ZASUJ GA Z LJUBEZNIJO

MODUL 4 - OJAČAJ SVOJO MOČ

Slika 4.18: Prikaz posameznega dela modula.

Poglavje 5 Sklepne ugotovitve

V sklopu diplomskega dela smo za potrebe podjetja Dosezi sanje oblikovali novo grafično podobo in vzpostavili novo spletno stran, ki bo gostila vse spletne tečaje.

Opravljene analize so nam ponudile pomembne informacije, na podlagi katerih smo se lažje odločili, v katero smer nadaljevati pot. Pregled obstoječega stanja, želja in načrtovanje novih ciljev, kot smo jih predstavili v zamisli, so koraki, ki bi jih ljudje morali izvesti ne samo pri izdelavi spletnih strani, ampak tudi pri vsakem področju v svojem življenju, kjer se želimo še dodatno izboljšati.

Res je, da smo se v diplomski nalogi bolj posvečali opisu vizualne podobe in elementov, a to ne pomeni, da smo pozabili na varnost. Do določenega tečaja lahko dostopajo samo tečajniki, ki so ga zakupili in se prijavili na stran. Vse ostale, ki bi slučajno kjer koli našli direkten dostop do posameznega dela, avtomatsko preusmeri na začetno stran.

Izziv je predstavljal tudi green screen, kjer smo šele v post-produkciji videli, da so bile na določenem delu gube in posledično se tam novo ozadje ni dobro razporedilo. Sicer so vse to samo finese, ampak zdaj vemo, da moramo biti pozorni tudi na to, kajti kljub temu, da nek posnetek traja 20 minut, je zanj potrebnih najmanj 5 ur dela, ki vključujejo predpriprave, snemanje, obdelavo zvoka, slik in animacij.

Vmesnik za spletne tečaje je pripravljen za sprejem prvih tečajnikov, vendar si moramo priznati, da izdelava takšnih strani ni nikoli dokončna. Pomembno je, da spletna stran raste skupaj z novimi produkti in zahtevami podjetja. Ogradje naše vizualne podobe smo izbrali. Urejeno je bilo po najnovejših trendih leta 2016, a kljub temu to ne pomeni, da se pot oblikovanja tukaj zaključí. Pričakujemo, da bomo izdelano grafično podobo vmesnika za spletne tečaje uporabljali vsaj tri do štiri leta oziroma bomo še naprej sledili trendom in se jim prilagajali glede na naše potrebe.

Literatura

- [1] D. Monett M. Elkina, "E-Learning Adoption in a Higher Education Setting: An Empirical Study," *Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference*, str. 1-8, 2015.
- [2] F. J. García-Peñalvo M. Alier Forment, "Learning management system: evolving from silos to structures," *Interactive Learning Environments*, št. 22, zv. 2, str. 143-145, April 2014.
- [3] K.I. Al-Ajlouni, "Learning Effects of Using Learning Management System (Moodle)," in *Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference*, 2015, str. 1.
- [4] A. Molinari, "Collaboration services as a new perspective for e-learning systems," in *Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference*, 2015, str. 1.
- [5] J. Medina, *Brain Rules: 12 Principles for Surviving and Thriving at Work, Home, and School*, T. Cutchlow, Ur. Združene države Amerike: First Pear Press, 2008.
- [6] (2016) B. Barron. Using the Psychology of Color to Boost Your WordPress Website Conversions. [Online]. <https://premium.wpmudev.org/blog/color-psychology/>
- [7] (2016) Color Marketing Group. The Profit of Color! [Online]. <http://s-emarketing.swsd.wikispaces.net/file/view/The+Profit+of+Color!+-+FINAL+4+07.pdf>
- [8] (2016) C. Cousins. 6 Web design mistakes (and how to correct them). [Online]. <http://thenextweb.com/dd/2015/08/26/6-web-design-mistakes-and-how-to-correct-them/>
- [9] (2016) iA. Web Design is 95% Typography. [Online]. <https://ia.net/know-how/the-web-is-all-about-typography-period>
- [10] (2016) The Elements of Typographic Style Applied to the Web. [Online]. <http://webtypography.net/intro/>

-
- [11] (2016) UXPin. Web UI Design for the Human Eye. [Online]. <https://studio.uxpin.com/ebooks/visual-consistency-web-ui-design-elements/>
- [12] (2016) WordPress.org Slovenija. [Online]. <https://sl.wordpress.org/>
- [13] (2016) OptimizePress. [Online]. <https://www.optimizepress.com/>
- [14] (2016) Brendon Burchard. [Online]. <http://brendon.com/>
- [15] (2016) The New Kajabi. [Online]. <https://newkajabi.com/>
- [16] (2016) Chalene Johnson. [Online]. <http://www.chalenejohnson.com/>
- [17] (2016) Wikipedia. [Online]. https://en.wikipedia.org/wiki/Hamburger_button#cite_note-Atlantic20140727-1
- [18] (2016) Susan Garrett. [Online]. <http://susangarrettdogagility.com/about-2>
- [19] (2016) WPLMS Learning Management System. [Online]. <http://theforest.net/item/wplms-learning-management-system/6780226>
- [20] (2016) UX Magazine. A Look at Flat Design and Why It's Significant. [Online]. <http://uxmag.com/articles/a-look-at-flat-design-and-why-its-significant>
- [21] (2016) Wikipedia. Material Design. [Online]. https://en.wikipedia.org/wiki/Material_Design
- [22] (2016) Google Material Design. [Online]. <https://material.google.com/>
- [23] (2016) D. Bonneville. Best Practices of Combining Typefaces. [Online]. <https://www.smashingmagazine.com/2010/11/best-practices-of-combining-typefaces/>
- [24] (2016) Empower yourself with color psychology. The Color Red. [Online]. <http://www.empower-yourself-with-color-psychology.com/color-red.html>
- [25] (2016) Wikipedia. [Online]. https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator
- [26] (2016) HubSpot. [Online]. <http://blog.hubspot.com/marketing/visual-content-marketing-strategy>

-
- [27] (2016) Wikipedia. Lavalier microphone. [Online]. https://en.wikipedia.org/wiki/Lavalier_microphone
- [28] (2016) Wikipedia. Three-point lighting. [Online]. https://en.wikipedia.org/wiki/Three-point_lighting
- [29] (2016) Audacity. [Online]. <http://www.audacityteam.org/>
- [30] (2016) Adobe Premiere Pro CC. [Online]. <http://www.adobe.com/products/premiere.html>
- [31] R. Fišer., *Uporaba Chroma Key tehnike v digitalnem videu (diplomsko delo)*, (2011) Univerza v Mariboru. [Online]. <https://dk.um.si/IzpisGradiva.php?id=20593>
- [32] (2016) Adobe InDesign CC. [Online]. <http://www.adobe.com/products/indesign.html>
- [33] (2016) Wikipedia. [Online]. https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_InDesign