

MUO-C3024, SUUNNITTELUN TEORIAT, 3 CR

SUUNNITTELUN LÄHTÖKOHDAT

1.12.2021 | heidi.paavilainen@aalto.fi

A” Aalto-yliopisto
Taiteiden ja suunnittelun
korkeakoulu

KURSSIN OHJELMA

Ke 10.11. 9:15-12 Kurssin esittely, tehtäväänto (HP). Tiedon ja oppimisen visuaalinen esittäminen (AV)
13:15-16 Visuaalinen esittäminen käytännössä: Illustrator ja InDesign työskentely (AV)
To 11.11. 9:15-14 Visuaalinen esittäminen käytännössä: Illustrator ja InDesign työskentely (AV)

Ke 17.11. 9:15-12 **Suunnittelutyön kulku.** Erilaiset suunnitteluprosessit, sekä keskeiset käsitteet kuten iterointi ja prototyyppi (HP). **Tuotearkkitehtuuri** (Severi Uusitalo)
13:15-16 Visuaalinen esittäminen käytännössä: Illustrator ja InDesign työskentely (AV)
To 18.11. 9:15-14 Visuaalinen esittäminen käytännössä: Illustrator ja InDesign työskentely (AV)

Ke 24.11. 9:15-12 **Suunnittelutyön muutos.** Miten suunnitteluammattien työn luonne ja suunnittelutehtävät ovat muuttuneet. Muotoilija kiertotaloudessa 1 (HP)

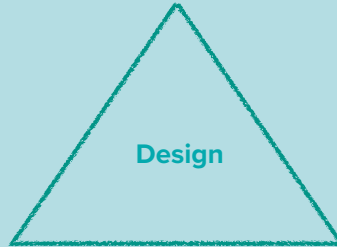
Ke 1.12. **9:15-12 Suunnittelun lähtökohdat.** Mitä tarkoittaa käyttäjälähtöisyys ja mitä muita lähtökohtia suunnittelulla voi olla. Muotoilija kiertotaloudessa 2 (HP). **Suunnitteluprosessit ja prototyypit** (Antti Salovaara)

Ke 8.12. **9:15-12 Suunnittelijaksi oppiminen.** Miten tukea omaa suunnittelun ja muotoilun ammattilaiseksi kasvua jo opintojen aikana (HP). **Suunnittelutyön kehityskulut Suomessa** (Leena Svinhufvud)

Ke 15.12. **9:15-12 Suunnittelun muodot.** **Muotoilukuvausten** katselmuks.

TALOUS

Tekniikka



Tutkimus

Taide

KESTÄVÄ KEHITYS

TALOUS

Tekniikka



Tutkimus

Taide

KESTÄVÄ KEHITYS

Menetelmä



Photograph of the Finnish designer Timo Sarpaneva (1926–2006) with glassmith Helge Nieminen at Iittala glassworks



GUNNEL NYMAN. KOULUTUS: HUONEKALUSUUNNITTELU, URA: LASIMUOTOILU
TAPIO WIRKKALA. KOULUTUS: KORISTEVEISTÄJÄ, URA: MONIALAINEN
TIMO SARPANEVA. KOULUTUS: GRAAFIKKO, URA: LASITAIDE
KAJ FRANCK. KOULUTUS: KALUSTESUUNNITTELU, URA: LASI- JA KERAMIKKAMUOTOILU
VUOKKO NURMESNIEMI. KOULUTUS: KERAMIikka, URA: TEKSTIILI- JA MUOTISUUNNITTELU

Photograph of the Finnish designer Timo Sarpaneva (1926–2006) with glassmith Helge Nieminen at Iittala glassworks



ORBIT / MULTI collection by Jokinen | Konu. Photo: Jukka Jokinen & Heikki Konu

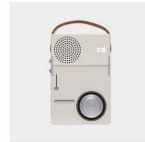
Ongelma



BRAUN

5

Good design is unobtrusive.



Good design is honest.

If does not make a product more innovative, powerful or valuable, than it really is, it does not attempt to misguide the consumer with promises that cannot be kept.

1

Good design is innovative.

The possibilities for innovation are not, by any means, exhausted. Technological development is always offering new opportunities for innovative design. But innovative design always develops in tandem with innovative technology, and can never be an end in itself.

2

Good design makes a product useful.



Good design is environmentally friendly.

8 9

Good design is long-lasting.

3

Good design is aesthetic.

The aesthetic quality of a product is integral to its usefulness because products we use every day affect our person and our well-being. But only well-executed objects can be beautiful.

4

Good design makes a product understandable.



7

Good design is thorough down to the last detail.

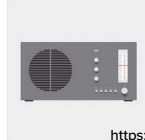
Nothing seems too ordinary or left to chance. Care and accuracy in the design process show respect toward the consumer.

Dieter Rams, Design Director of Braun (1955-1995)



10

Good design is as little design as possible.

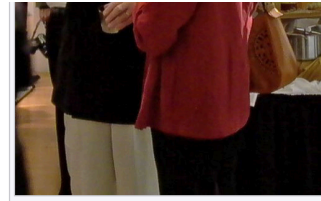


<https://www.vitsoe.com/us/about/good-design>

Dieter Ramsin

Hyvän suunnittelun 10 sääntöä [\[muokkaa\]](#) [\[muokkaa wikitekstiä\]](#)

- **Hyvä design on innovatiivista.** Innovaatioiden mahdollisuuksia ei ole millään tavoin kulutettu loppuun. Teknologian kehitys tarjoaa aina uusia mahdollisuuksia innovatiiviseen suunnitteluun. Mutta innovatiivinen muotoilu kehittyy aina rinnakkain innovatiivisen teknologian kanssa, eikä se voi koskaan olla itsetarkoitus.
- **Hyvä design tekee tuotteesta hyödyllisen.** Tuote ostetaan käytettäväksi. Sen on täytettävä tietyt kriteerit, ei vain toiminnalliset, vaan myös psykologiset ja esteettiset. Hyvä muotoilu korostaa tuotteen hyödyllisyyttä jättämällä huomiotta kaiken, mikä voisi heikentää käytettävyyttä.
- **Hyvä design on esteettistä.** Esteettinen laatu on olennainen osa tuotteen hyödyllisyyttä, koska tuotteita käytetään päivittäin ja ne vaikuttavat ihmisiin ja heidän hyvinvointiinsa. Vain hyvin toteutetut esineet voivat olla kauniita.
- **Hyvä design tekee tuotteesta ymmärrettävän.** Se kirkastaa tuotteen rakenteen. Se voi jopa saada tuotteen ilmaisemaan selvästi tarkoituksensa hyödyntämällä käyttäjän intuiitiota. Parhaimmillaan design on itsestään selvää.
- **Hyvä design on huomaamatonta.** Tarkoituksensa täyttävät tuotteet ovat kuin työkaluja. Ne eivät ole koriste-esineitä tai taideteoksia. Niiden muotoilun on siksi oltava sekä neutraalia että hillittyä, ja annettava tilaa käyttäjän itseilmaisulle.
- **Hyvä design on rehellistä.** Se ei tee tuotteesta innovatiivisempaa, tehokkaampaa tai arvokkaampaa kuin mitä se todella on. Hyvä design ei yritä johdatella kuluttajaa lupauksilla joita ei voi pitää.
- **Hyvä design kestää aikaa.** Se karttaa muodikkautta eikä siksi koskaan vanhene. Toisin kuin muodikas muotoilu, hyvä design kestää vuosikausia – jopa nykypäivän kertakäyttöyhteiskunnassa.
- **Hyvä design on perusteellista viimeistä yksityiskohtaa myöten.** Mikään ei saa olla harkitsematonta tai sattumanvaraista. Suunnitteluprosessin tarkkuus ja huolellisuus osoittavat kunnioitusta kuluttajaa kohtaan.
- **Hyvä design on ympäristöystävällistä.** Suunnittelulla on tärkeä osuus ympäristönsuojelussa. Se säästää resursseja ja vähentää fyysistä ja visuaalista saastetta koko tuotteen elinkaaren ajan.
- **Hyvä design on niin vähän designia kuin mahdollista.** Vähemmän, mutta paremmin – koska se keskittyy olennaisiin piirteisiin, eikä rasita tuotteita epäolennaisilla. Takaisin puhtauteen, takaisin yksinkertaisuuteen.^[3]

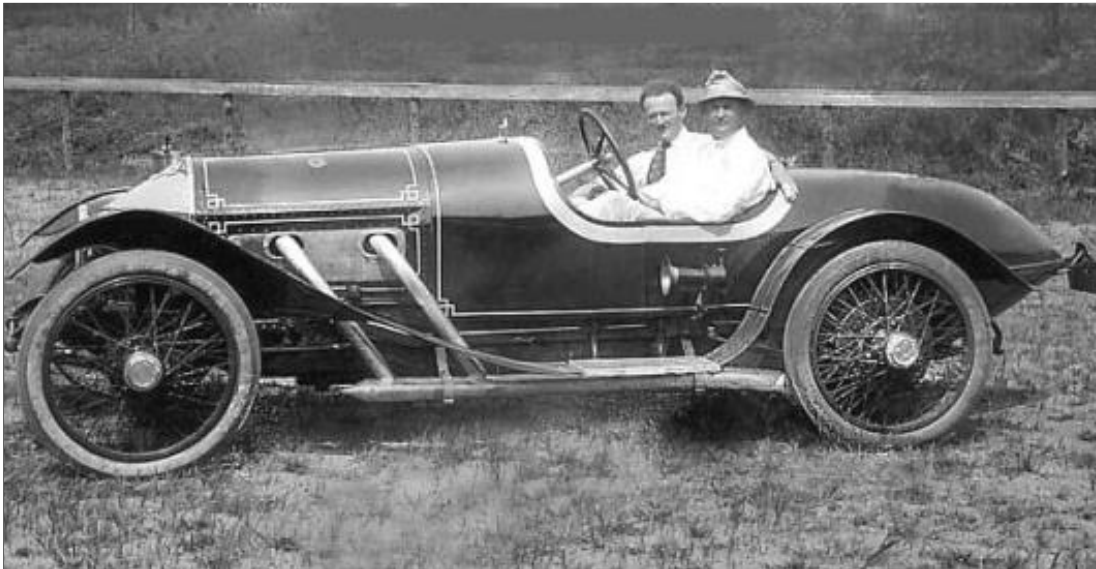


Rams Bostonissa pidetyssä näyttelyssä vuonna 2005

Yhteiskunnan rakenteelliset muutokset ongelmien = suunnittelutarpeen aiheuttajana



Chipchase, J. (2013). Hidden in plain sight. How to create extraordinary products for tomorrow's customers. New York: Harper Business.



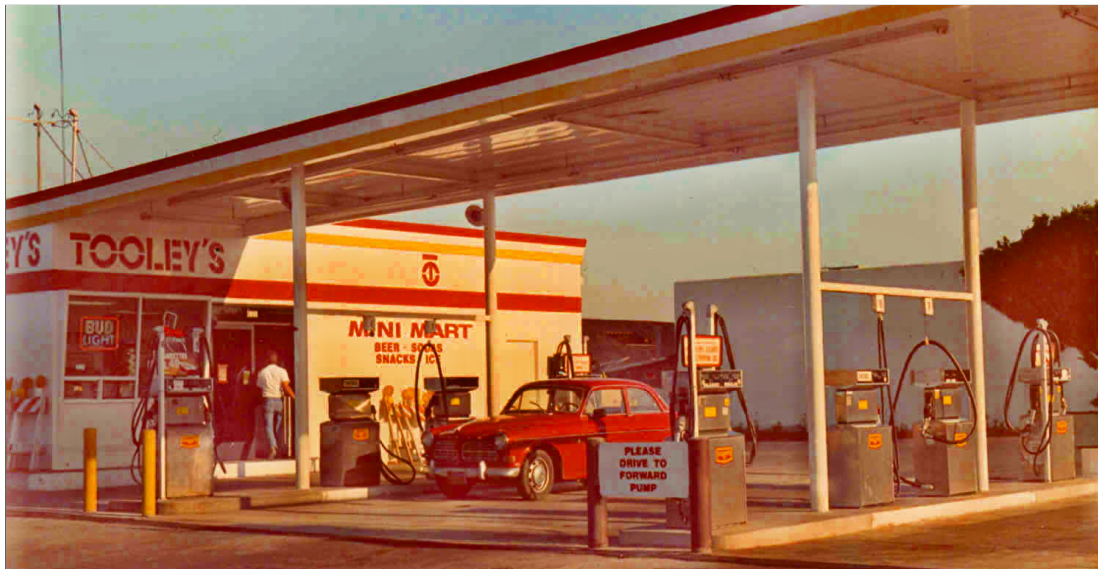
At the turn of the twentieth century, gasoline was sold by pharmacies as a niche product for the few people wealthy enough to own cars. They were also wealthy enough to employ drivers, who had the skills to maintain the car.

Chipchase, J. (2013). Hidden in plain sight. How to create extraordinary products for tomorrow's customers. New York: Harper Business.



As more and more middle-class became car owners, service stations popped up across the country, offering what we now think of as "full service". "Service" was really the operative term, and the essence of the experience. Major chains advertised the friendliness of their attendants, and lured customers with free road maps as part of their brand promise: to help drivers get where they needed to go.

Chipchase, J. (2013). Hidden in plain sight. How to create extraordinary products for tomorrow's customers. New York: Harper Business.



As cars became more reliable and new technologies made it safe for drivers to pump their own gas, the essence shifted away from service to refueling – not only for cars but for drivers as well, with convenience stations offering snacks, beverages, cigarettes, and restroom.

Chipchase, J. (2013). Hidden in plain sight. How to create extraordinary products for tomorrow's customers. New York: Harper Business.



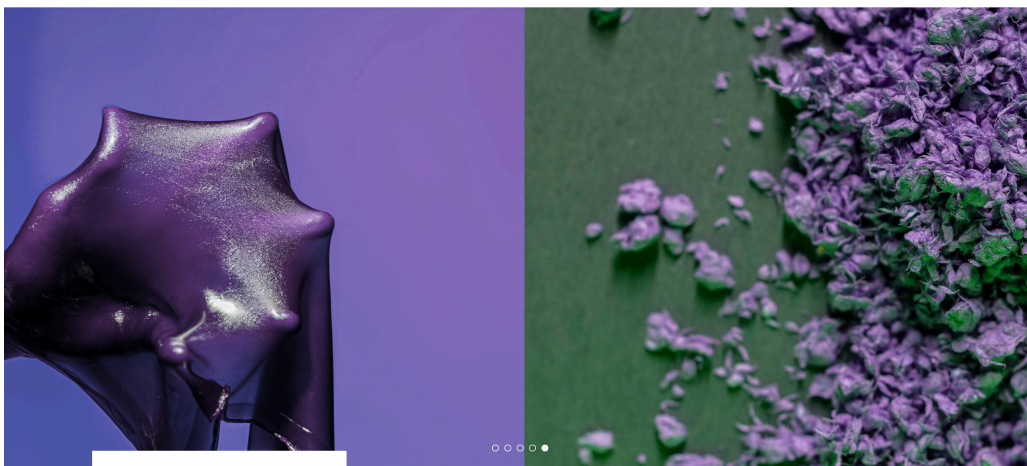
What will happen if/when the electric car becomes dominant?

Materiaali



CHEMARTS

HOME ABOUT PARTNERS PROJECTS BOOK CONTACT US



CHEMARTS

CHEMARTS is a long-term strategic collaboration between two Aalto University schools: The School of Chemical Engineering (TICMI) and The School of Arts, Design and Architecture (TAMK).

<https://chemarts.aalto.fi>