

**УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ**  
**ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА**

**ЗАВРШНИ РАД**

**Развој визуелног идентитета научно  
истраживачке лабораторије**

**Ментор**

**Студент**

**Др Маријана Деспотовић-Зракић**

**Марко Савићевић 264/2018**

**Редовни професор**

**Београд, 2022. године**

## АПСТРАКТ

Дизајн из дана у дан постаје све битнији за сваку врсту бизниса, те је из тог разлога изабран као тема овог рада. Стални развој информационих технологија доводи до већих могућности при раду и веће потребе за дизајном. Пре неколико година то су само били логотипи и неколицина материјала за штампу, а данас су то спектакуларни веб сајтови и виртуелни светови. Тема истраживања овог рада усмерена је на развој визуелног идентитета научно истраживачке лабораторије. Визуелни идентитет ће лабораторији омогућити да постане препознатљива у јавности и да испуни циљеве које је зацртала. Циљ овог рада је направити иновативан и модеран дизајн који ће пробудити жељу за учењем код студената. Главни резултати овог рада су визуелни идентитет лабораторије, промотивни, канцеларијски материјали, као и веб сајт лабораторије. Кориснички интерфејс који ће студентима пружити прилику да стекну знања и едукују се у области *blockchain*-а и промотивни материјали који ће усрећити студенте.

**Кључне речи:** визуелни идентитет, дизајн, едукација студената, *blockchain*

# САДРЖАЈ

1	Увод	1
2	Визуелни идентитет у пословању	2
2.1	Елементи визуелног идентитета	3
2.2	Додирне тачке	3
2.2.1	Веб сајт	4
2.2.2	Промотивни материјал	5
3	Алати за развој визуелног идентитета	6
3.1	Adobe Photoshop	6
3.2	Adobe Illustrator	7
3.3	Adobe InDesign	8
3.4	Figma	9
4	Процес развоја	10
4.1	Циљна група	10
4.2	Логотип	10
4.3	Боја	12
4.4	Типографија	13
4.5	Веб сајт	14
5	Развој визуелног идентитета на примеру научно истраживачке лабораторије	18
5.1	Пројектни задатак	18
5.2	Визуелни идентитет лабораторије	19

5.2.1	Логотип лабораторије	19
5.2.2	Палета боја лабораторије	21
5.2.3	Типографија лабораторије	22
5.3	Промотивни и канцеларијски материјал	24
5.4	Кориснички интерфејс за веб сајт лабораторије	29
5.4.1	Почетни екран	33
5.4.2	О нама	35
5.4.3	Пројекти	45
5.4.4	Догађаји	45
5.4.5	Теме	56
5.4.6	Пријатељи	57
6	Закључак	58
7	Литература	59

# 1 УВОД

Тема овог рада је изабрана због личне наклоњености ка дизајну, као и због велике важности дизајна за свако пословање у данашње време.

Предмет овог рада се односи на креирање визуелног идентитета и корисничког интерфејса научно истраживачке лабораторије под називом *Blockchain Laboratory*. Лабораторија ће пружати нова знања у виду микро и макро курсева, разних радионица као и такмичења, односно хакатона, које ће студентима пружити нова искуства у областима *blockchain*-а.

Главни циљ овог рада је привлачење студената на курсеве и догађаје које лабораторија организује, њихово задржавање на њима и стварање везе између студената и саме лабораторије. Поред дизајна битан фактор је и обезбеђивање укупног квалитета услуге, односно квалитет курсева, квалитет садржаја и квалитет организовања догађаја.

У даљем раду теоријски је објашњено шта је то заправо визуелни идентитет, који су његови елементи и која је улога визуелног идентитета у савременом пословању. Затим су у трећем поглављу описани алати који се користе при креирању идентитета, након чега је у поглављу број четири описан и сам процес развоја. У поглављу број пет је детаљно приказан цео процес израде на примеру научно истраживачке лабораторије, а такође су приказани и сви екрани за веб сајт лабораторије. На крају рада се може наћи закључак и коришћена литература.

## 2 ВИЗУЕЛНИ ИДЕНТИТЕТ У ПОСЛОВАЊУ

Визуелни идентитет се може дефинисати као скуп свих визуелних елемената који неку компанију, производ или услугу представљају у јавности (Sablić, 2019). Он може учинити производе или услуге јединственим и препознатљивим и на тај начин их повезати са циљном групом. Визуелни идентитет је нешто што корисник прво види, његова прва импресија и зато је битно да буде лепо дизајниран и да остави добар утисак на сваког корисника (Anderson, 2022).

Многи мисле да визуелни идентитет чине само слике, а права истина је да сви визуелни елементи у идеалној ситуацији заједно креирају причу која истиче производ или услугу. Уколико је лоше дизајниран он може врло лако да разочара циљну групу и створи лошу слику о производу или услузи (Dang, 2018). Постоје и мишљења да је логотип једини елемент визуелног идентитета. Тако многи власници компанија троше доста времена и новца на улагање у израду логотипа, а при томе не знају да им фале елементи који ће употпунити њихову презентацију у јавном светлу (Dang, 2018).

Овај појам је присутан и у високо образовним установама из разлога што универзитети, факултети и школе желе да се издвоје у јавности како би привукли што више полазника и пружити им осећај припадности. Ово све доводи до потребе да се значајни како људски, тако и финансијски ресурси улажу за посао стварања визуелног идентитета (Katmada, 2019).

Према Levanier (2020) основна сврха сваког визуелног идентитета су ове три ставке:

- Стварање емоције код гледаоца;
- Информисање гледаоца о производу или услузи;
- Представљање пословања кроз визуелни идентитет.

Процес дизајнирања идентитета је описан у четвртном поглављу овог рада, док је дизајн целокупног визуелног идентитета на примеру научно истраживачке лабораторије детаљније објашњен у поглављу број пет.

## 2.1 ЕЛЕМЕНТИ ВИЗУЕЛНОГ ИДЕНТИТЕТА

Основни елементи сваког визуелног идентитета су:

- Логотип;
- Палета боја;
- Типографија;
- Сlike;
- Графички елементи, попут иконица и илустрација.



**Слика 1.** Основни елементи визуелног идентитета

Ови елементи представљају темељ, односно основу, за даљи развој презентационих елемената попут промотивног материјала, књиге стандарда, веб сајта и осталих.

Као што је поменуто, на основу свих елемената може се креирати књига стандарда која представља документ који садржи опис сваког елемента појединачно, као и упутство за њихову правилну примену у реалном свету.

## 2.2 ДОДИРНЕ ТАЧКЕ

Број додирних тачака са визуелним идентитетом зависи од области у којој се примењује. То могу бити друштвене мреже, веб сајт, промотивни и канцеларијски материјал, као и књига стандарда која омогућава правилну употребу (Dang, 2018).

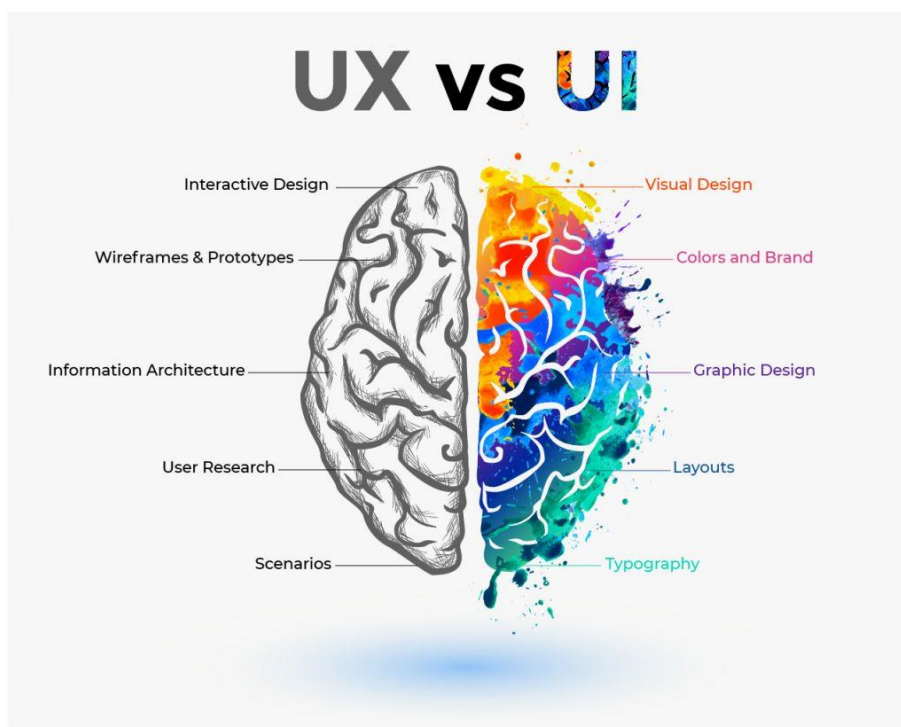
У даљем тексту је описан појам веб сајта, као и појам промотивног и канцеларијског материјала и њихов спектар намена.

## 2.2.1 Веб сајт

Веб сајт представља најбитнију додирну тачку са корисницима производа или услуга. Он представља сваки субјекат на интернету, било да је то особа, производ, компанија, факултет или школа. Свако у данашње време мора поседовати свој веб сајт. Да би се направио функционалан сајт потребно је организовати тим састављен од стручњака различитих интересовања, попут менаџера, графичких дизајнера и дизајнера искуства, програмера и креатора садржаја (Dang, 2018).

Са повећањем броја уређаја на којима се сајт може видети, порасла је и потреба за респонзивним дизајном, односно потреба да сајт на сваком уређају изгледа лепо и функционално, било да је у питању телефон, таблет или рачунар. (Sablić, 2019)

Израда веб сајта од стране дизајнера се састоји од креирања корисничког искуства (*eng. User experience*) и корисничког интерфејса (*eng. User interface*).



**Слика 2.** Разлика између корисничког искуства и корисничког интерфејса (преузето са: [softtech.com](https://softtech.com), 2020)

На слици два се може видети да се дизајн корисничког искуства односи на функционалност и употребљивост веб сајта. Дизајнер корисничког искуства мора да дефинише проблем, разуме корисника, креира мапу кретања корисника по сајту или



апликацији, исцрта скице сајта и на крају тестира употребљивост сајта. Он поставља корисничке потребе на прво место. Насупрот свему овоме, дизајнер корисничког интерфејса се бави визуелном хијерархијом сајта, што обухвата одабир палета боја, типографије, иконица, распоред елемената и разне анимације. (Sablić, 2019)

Као крајње поређење се може рећи да је кориснички интерфејс без корисничког искуства исто као човек без мозга, док је корисничко искуство без корисничког интерфејса исто као и мозак без човека.

### 2.2.2 Промотивни материјал

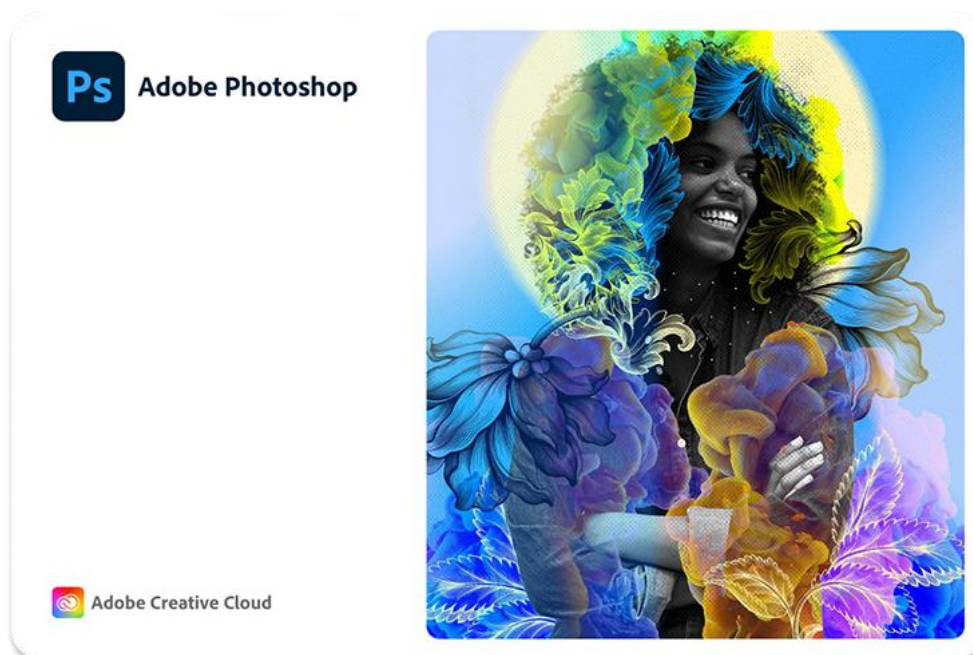
Материјал за промоцију такође представља додирну тачку са корисницима. То су сви физички елементи који на корисника могу оставити неки утисак, било добар, било лош. Компаније све више израђују промотивни материјал из разлога што људима ситнице могу измамити осмех на лице и учинити их задовољним. Уколико корисник буде задовољан велика је вероватноћа да ће остати веран производу или услузи. Неки од промотивних материјала су визит карте, кесе, хемијске оловке, шоље итд. (Kelemen, 2020).

### 3 АЛАТИ ЗА РАЗВОЈ ВИЗУЕЛНОГ ИДЕНТИТЕТА

За стварање визуелног идентитета и свих његових пратећих елементата потребно је да се користе софтверски алати који тај посао знатно олакшавају. У даљем тексту биће описани неки од најчешће коришћених алата компаније *Adobe* који се међусобно веома добро подржавају, као и алат за креирање корисничких интерфејса – *Figma*.

#### 3.1 ADOBE PHOTOSHOP

*Adobe Photoshop* представља растерски софтверски алат који се у великој мери користи за уређивање слика и њихову манипулацију. У данашње време је најкоришћенији програм од стране графичких дизајнера, веб дизајнера и фотографа. Главна карактеристика је креирање нових слојева, која значајно олакшава измену једног слоја без икаквог утицаја на остале слојеве (wellfedcreatives.com, 2021). На слици три је приказан уводни екран који се појављује сваки пут при покретању програма на рачунару.



Слика 3. Уводни екран у Adobe Photoshop 2022

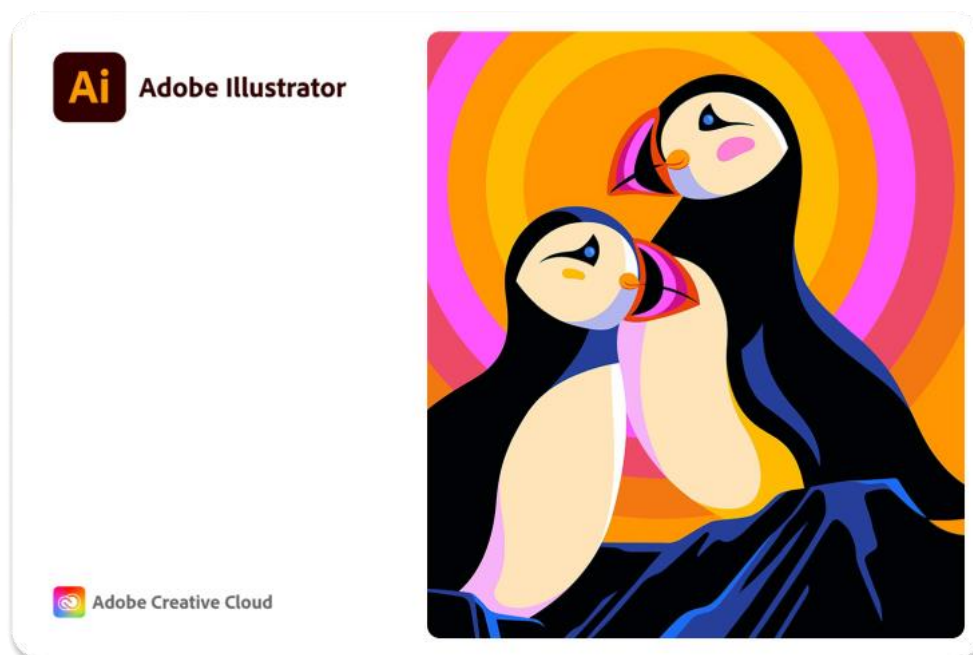
Поред *Photoshop*-а ту су и бесплатни алтернативни алати који нуде сличне услуге:

- *Gimp*;
- *Pixlr*;
- *Photopea*;
- *Krita*.

У овом раду *Photoshop* је коришћен за корекцију боја на сликама, за брисање позадина са фотографија, као и за израду презентационих слика у виду макета различитих материјала за промоцију.

### 3.2 ADOBE ILLUSTRATOR

*Adobe Illustrator* представља софтверски алат за графички дизајн који ради са векторском графиком, што омогућава да се креирани графички елементи могу повећавати или смањивати без губитка квалитета. На слици четири је приказан уводни екран који се појављује сваки пут при покретању програма на рачунару.



Слика 4. Уводни екран у Adobe Illustrator 2022

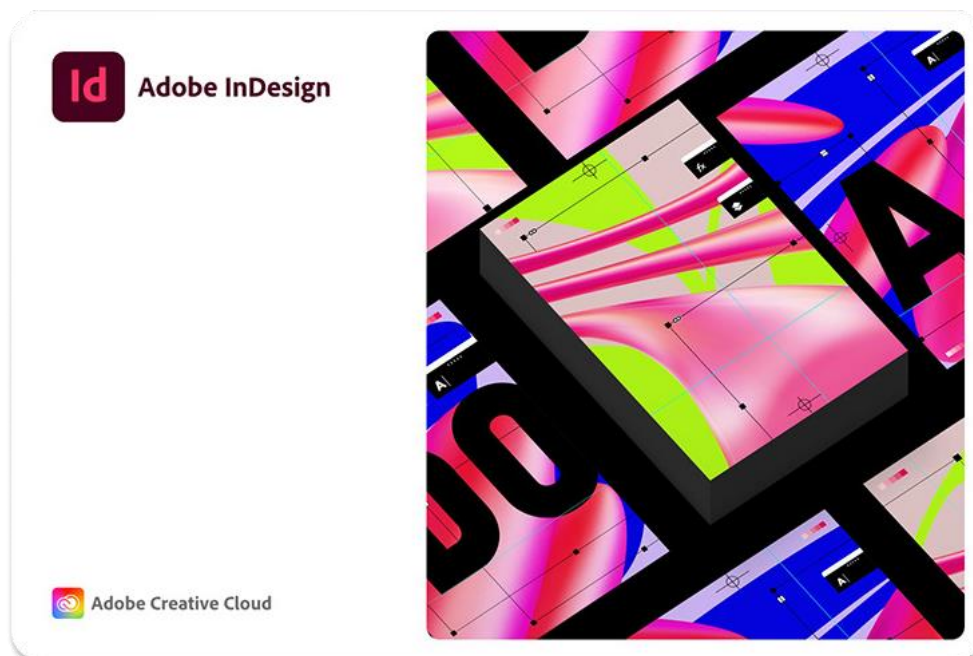
Поред *Illustrator*-а ту су и бесплатни алтернативни алати који нуде сличне услуге:

- InkScape;
- Vectr;
- Krita.

У овом раду *Illustrator* је коришћен за израду логотипа, графика за веб сајт као и за сав промотивни материјал (коверта, фасцикла, мајица, свеска, визит карта, кеса, хемијска оловка).

### 3.3 ADOBE INDESIGN

*Adobe InDesign* представља софверски алат који се у највећој мери користи за припрему материјала за штампу. У ове материјале спадају како једноставни материјали попут визит карти, постера, флајера, тако и сложенији попут књига, каталога, часописа и других. Користи се и за израду дигиталних књига и приручника који у данашње време постају све популарнији на тржишту (designshack.net, 2022). На слици пет је приказан уводни екран који се појављује сваки пут при покретању програма на рачунару.



Слика 5. Уводни екран у Adobe InDesign 2022

Поред *InDesign*-а ту су и алтернативни алати који нуде сличне услуге:

- *Affinity Publisher*;
- *VivaDesigner*;
- *Scribus*.

### 3.4 FIGMA

*Figma* представља бесплатан колаборативни алат за дизајн корисничких интерфејса који се развија и надограђује из дана у дан. Апликација се поред локалног коришћења на рачунару може користити и у веб претраживачу уз веома лаку и брзу регистрацију. Омогућава дизајнерима да у реалном времену заједно раде на истом документу, што знатно повећава флексибилност и смањује време рада на пројектима. *Figma* нуди и функционалност креирања прототипа, односно креирање најреалније слике коришћења било мобилне апликације, било веб сајта (designlab.com, 2022). Логотип апликације је приказан на слици број шест.



Слика 6. Логотип апликације - *Figma*

*Figma* својим сталним ажурирањима и додавањем нових функционалности привлачи све више корисника, али поред ње ту су и алтернативни плаћени програми попут:

- *Sketch*-а (само за кориснике MAC оперативних система);
- *Adobe XD*-а.

Још једна занимљивост коју *Figma* нуди јесте алат *FigJam* који представља „белу таблу“ на којој корисници могу креирати дијаграме, креирати белешке и размењивати своје идеје са другима (figma.com, 2022).

У овом раду *Figma* је коришћена у великој мери за креирање свих потребних екрана за веб сајт лабораторије, као и за прототип самог сајта.

## 4 ПРОЦЕС РАЗВОЈА

У даљем тексту је прво описан процес развоја визуелног идентитета, а затим веб сајта, промотивног и канцеларијског материјала. Такође, детаљно је описан и сваки елемент визуелног идентитета.

### 4.1 ЦИЉНА ГРУПА

Пре самог дизајна визуелног идентитета потребно је упознати и дефинисати циљну групу. Циљна група представља групу људи који ће користити производ или услугу (portal.adfinitum.rs, 2021). Процес почиње сакупљањем демографских података као што су пол, старост, географска локација и статус корисника.

Битно је разумети психологију корисника и разумети његове потребе како би изградили визуале који ће бити примамљиви и урадити добар посао на тржишту. Потребно је обратити пажњу на то како циљна група реагује на одређене облике, боје и слике. (Dang, 2018)

### 4.2 ЛОГОТИП

Логотип (*eng. Logo*) представља најбитнији елемент визуелног идентитета и без њега идентитет не може постојати. Може се рећи да је најосновнији и најбитнији начин представљања производа или услуге у јавности (Sablić, 2019). Логотип се може састојати од симбола (комбинација различитих геометријских облика), текста или комбинације симбола и текста (Breulj, 2022).

Према Katmada (2019) сваки логотип мора бити:

- Једноставан

Како би логотип био препознатљив он мора бити направљен од основних геометријских облика и самим тим ће бити једноставан. Нема потребе да логотип носи додатне информације, нити да се на њему приказује превише детаља.

- Лак за памћење

Уколико је логотип једноставан он ће бити и лако упамтљив и препознатљив у јавности.

- Безвременски

Потребно је да логотип издржи тест времена, да буде модеран и употребљив након одређеног периода. Уколико то није случај доћи ће до додатних трошкова за редизајн, тј. за израду новог логотипа или модернизацију постојећег.

- Свестран и поновљив

Користиће се у различитим форматима и на различитим подлогама и самим тим мора бити скалабилан и једноставан. За сваки логотип је потребно направити црну и белу варијанту.

- Прикладан

Логотип не мора увек да објасни чиме се неко бави, већ мора бити прикладан у стилском смислу. Мора имати добре боје и типографију које одговарају његовој циљној групи.

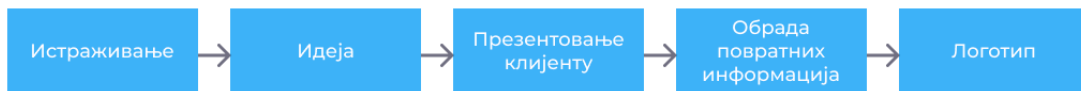
На слици седам су приказани неки од најпознатијих логотипа који испуњавају наведене услове.



Слика 7. Логотипи компанија *Nike*, *Starbucks* и *McDonald's*

Постоје различити приступи креирању логотипа, али неки најопштији приступ је дат у следећим корацима (Katmada, 2019):

- Истраживање актуелности и трендова у свету дизајна
- Осмишљавање идеје и исцртавање скица
- Презентовање најбоље идеје клијенту
- Обрада повратних информација и потенцијална измена
- Слање коначне верзије логотипа у различитим форматима



**Слика 8.** Кораци у општем приступу израде логотипа

Боја и текст су саставни делови сваког логотипа те ће они бити ближе описани у даљем тексту.

### 4.3 БОЈА

Боја представља најмоћнији начин представљања информација и привлачења корисника. На сваког човека боја може различито утицати у зависности од културе и од сврхе употребе. Такође, старост утиче на то како боја утиче на појединца и какве емоције код њега буди. Боје се могу поделити у три групе (Alnasuan, 2016):

- Примарне боје

Чине их црвена, плава и жута и оне представљају полазну основу за добијање свих осталих боја. У случају да се помешају све три боје у једнакој размери добиће се црна боја.

- Секундарне боје

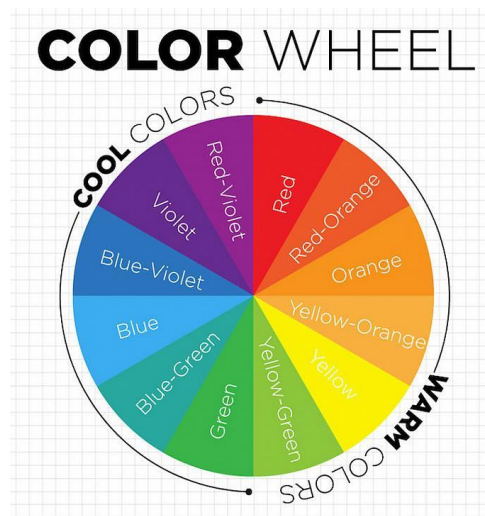
Боје које настају мешањем две примарне боје. То могу бити љубичаста (мешавина црвене и плаве), наранџаста (мешавина црвене и жуте) и зелена боја (мешавина плаве и жуте).



- Терцијарне боје

Настају комбинацијом једне примарне боје и једне секундарне боје. Спектар који се може добити мешањем различитих боја је велик, па из тог разлога боје нису побројане.

Уколико се у сваку од наведених боја дода црна или бела боја, добијају се тамније и светлије нијансе те боје.



**Слика 9.** Точак са топлим и хладним бојама (преузето са: decoart.com)

На слици број девет је приказан точак боја, као и распоред хладних и топлих боја. Са слике се види да топле боје већински у себи садрже црвену и жуту боју, док хладне боје већински у себи садрже плаву боју.

Палету боја треба изабрати тако да одговара циљевима пројекта. Свака боја има своје значење и свака боја ће на корисника оставити утицај, било позитиван, било негативан.

#### 4.4 ТИПОГРАФИЈА

Типографија је такође моћан начин на који се оставља утисак на појединца. Уз помоћ типографије се ствара предност над конкуренцијом и прилика за истицање у јавности. Из ових разлога потребно је изабрати фонт који ће најбоље описати циљеве које производ или услуга желе да остваре на тржишту (Breulj, 2021).

При одабиру типографије битно је изабрати фонт који ће бити лако читљив, како не би долазило до потешкоћа при читању садржаја. У раду је препорука користити највише два различита фонта, како би дизајн остао уредан и доследан (Breulj, 2021).

Сваки дизајнер треба знати основне појмове типографије, попут размака између редова и размака између слова. Осим тога битно је знати и разлику између *serif* и *sans-serif* породица фонтова. *Serif* фонтови садрже декоративне детаље на словима као што је приказано на слици десет, док *sans-serif* фонтови не садрже никакве декоративне елементи и по природи су једноставни (Breulj, 2021).



Слика 10. Разлика између *serif* и *sans-serif* породица фонтова (преузето са: [about.easil.com](http://about.easil.com))

#### 4.5 ВЕБ САЈТ

Као што је већ описано у поглављу два, веб сајт представља најбитнију додирну тачку са корисницима производа или услуга. Он представља презентацију на интернет страници којој свако може приступити са локација широм света. Када се знају кораци израде веб сајта, то не представља проблем за дизајнера.

У наредном делу је описан један од процесног приступа израде веб сајта према Shvili (2020):

- Прибављање документа са захтевима клијента (*eng. Client Brief*)

У овом документу су описани циљеви које клијент жели да постигне веб сајтом и детаљи о самом пројекту. Уз све податке о пројекту, пожељно је имати и садржај који ће бити приказан на сајту. Већина клијената ово не шаље дизајнерима на почетку рада и то може код дизајнера изазвати креативну блокаду. Ово такође

може изазвати неслагање са клијентом, а све то због недостатка информација. На слици 11 је приказан пример садржаја документа са захтевима клијента.

<b>1. Client</b> Background, business title, location, company information.
<b>2. Communication needs/purpose</b> The needs of the client or the design problem to be solved, for example: <ul style="list-style-type: none"><li>• labelling for a new clothing company</li><li>• a logo for a renovated café's window and menu</li><li>• new packaging for an existing cereal brand</li><li>• online advertisement for a music festival.</li></ul>
<b>3. Audience</b> Age, gender, demographics, socioeconomic status, religion, interests of the target audience.
<b>4. Context</b> Where, when and how the designs will be circulated, for example, online, on flyers delivered to local residents near a café.
<b>5. Constraints and expectations</b> The limitations the client has set, for example, time, cost, sustainable design.  The expectations of the client, for example, specific use of colour, imagery, etc.
<b>6. Presentation</b> Format of designs including size, materials, presentation techniques.

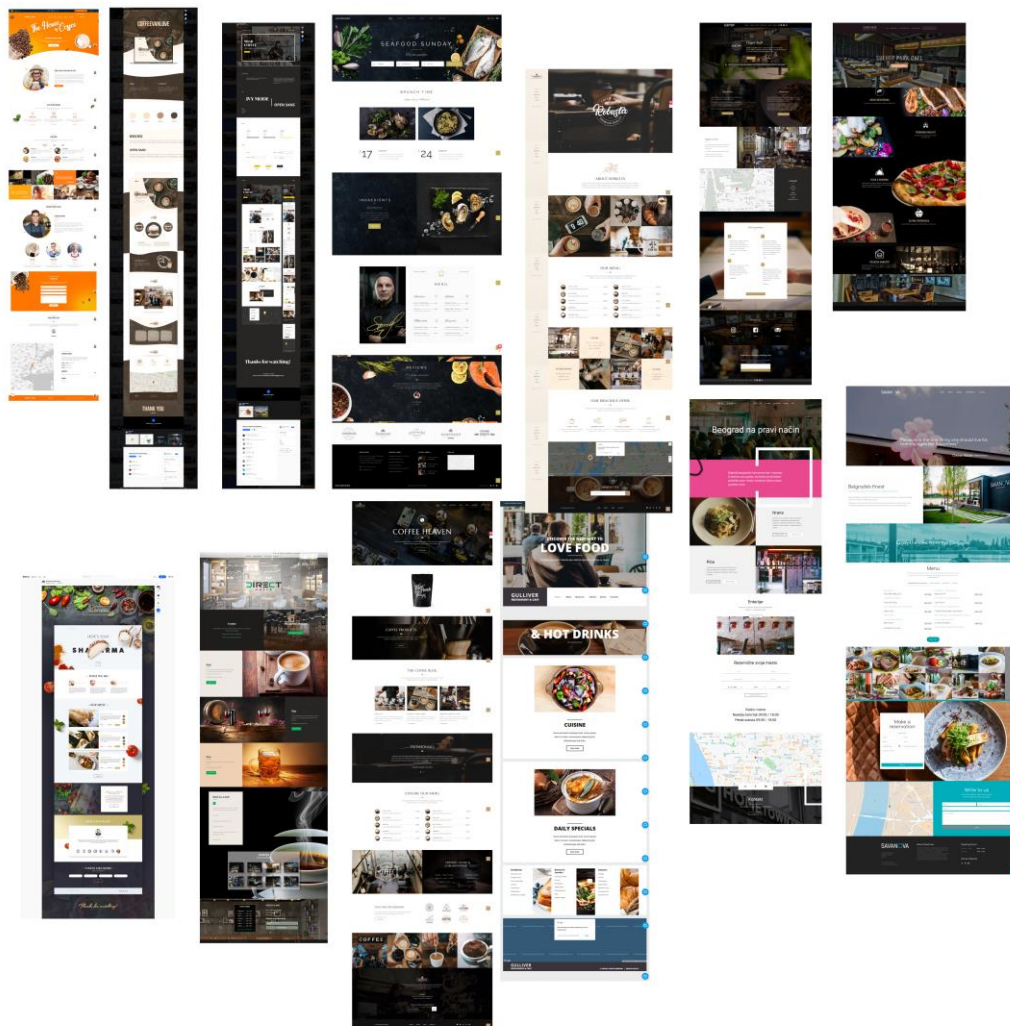
**Слика 11.** Садржај документа са захтевима клијента (преузето са: [www.education.vic.gov.au](http://www.education.vic.gov.au))

- Креирање табле са инспирацијом (*eng. Moodboard*)

Потребно је сакупити инспирацију за израду веб сајта, било да су то примери других веб сајтова, фотографије, часописи или било шта из реалног живота. Неки од веб сајтова који садрже радове који могу послужити дизајнерима као инспирација су:

- *Pinterest*;
- *Behance*;
- *Dribbble*.

Све ово је потребно сакупити на једно место и након тога презентовати клијенту како би жељени стил био лакше схваћен. Овим потезом се клијенту даје могућност да бира који стил жели и све у сврху мањег броја итерација при изради сајта. На слици 12 је приказана инспирација за израду сајта кафића.

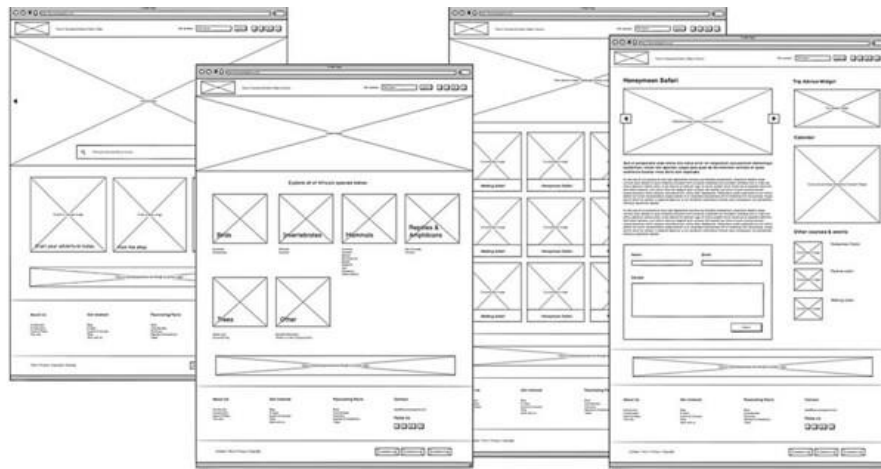


Слика 12. Инспирација на примеру дизајнирања веб сајта за кафић

- Креирање скица (*eng. Wireframes*)

Након установљеног стила потребно је креирати скице екрана за веб сајт. Скице се могу прво креирати традиционално на папиру или у алату за израду корисничких интерфејса. Скице представљају садржајни приказ сваког екрана, без икаквих боја и стилова. Након што се сви екрани пројектују потребно је

поново послати клијенту на ревизију. Пример изгледа скица је приказан на слици 13.



**Слика 13.** Пример скица екранских форми (преузето са: [www.edrawsoft.com](http://www.edrawsoft.com))

- Креирање финалног дизајна веб сајта

Ово је фаза у којој дизајнер стилски уређује направљене екранске форме и финализира свој рад. Такође, овај процес може обухватити и прототип веб сајта, односно реалан приказ како ће сајт радити, шта ће се дешавати на клик, шта на прелаз мишем итд.

Уколико се при раду користи овај процесни приступ, сам рад на изради веб сајта ће бити лакши, бржи, урађен у мањем броју итерација и са мањим бројем ревизија. Такође је битно поменути да се овим приступом клијенту нуди већа сигурност и самим тим дизајнер добија више поверења. Уколико неки од елемената визуелног идентитета не постоји, израда веб сајта неће бити толико једноставна и сајт неће у правом светлу представити производ или услугу у јавности.

## 5 РАЗВОЈ ВИЗУЕЛНОГ ИДЕНТИТЕТА НА ПРИМЕРУ НАУЧНО ИСТРАЖИВАЧКЕ ЛАБОРАТОРИЈЕ

### 5.1 ПРОЈЕКТНИ ЗАДАТАК

У овом раду је приказан визуелни идентитет за научно истраживачку лабораторију под називом *Blockchain Laboratory*. Поред визуелног идентитета приказани су промотивни и канцеларијски материјал, као и кориснички интерфејс за веб сајт лабораторије. Визуелни идентитет се састоји од логотипа лабораторије, који у себи садржи одабране боје и типографију који су кључни визуелни идентитет лабораторије.

Веб сајт треба студентима да пружи информације о разним курсевима и радионицама у области *blockchain*-а, као и о такмичењима, односно хакатонима, које лабораторија и њени партнери организују. Потребно је на време информисати сваког студента о датумима одржавања, како би се на време пријавио на курс, радионицу или такмичење за које је заинтересован. Поред догађаја, сајт садржи и едукативни део, односно блог који обрађује теме из популарних области данашњице, попут *blockchain*-а, *NFT*-а и криптовалута. Сајт је потребно дизајнирати тако да заинтересује студенте за ову тему и изазове позитивна осећања код студената.

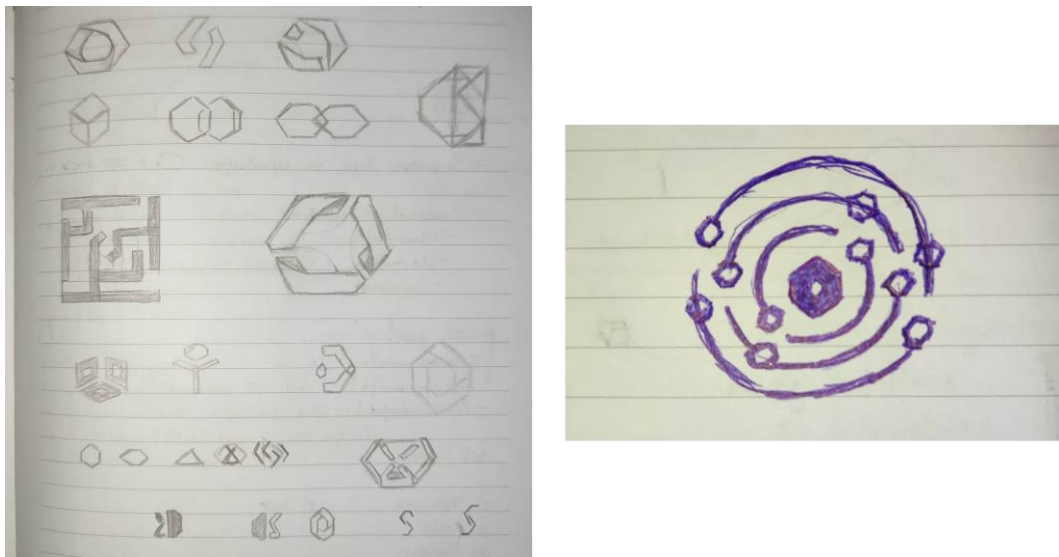
Главни циљ визуелног идентитета је препознатљивост лабораторије у јавности, као и креирање *blockchain* заједнице на нашим просторима. Веб сајт служи као посредник између студената и лабораторије у виду давања детаљних информација о свим тим дешавањима.

## 5.2 ВИЗУЕЛНИ ИДЕНТИТЕТ ЛАБОРАТОРИЈЕ

### 5.2.1 Логотип лабораторије

Логотип лабораторије је настао у комбинацији геометријских облика, тј. у комбинацији кругова и хексагона. Хексагон је изабран као елемент који одмах асоцира на *blockchain* технологију. Цео концепт логотипа асоцира на причу о томе шта је заправо *blockchain*. Мали хексагони који су међусобно повезани представљају студенте који су жељни знања из ове области, док хексагон у средини предстаља главну базу и место где се сво то знање пружа.

За креирање овог логотипа прво је осмишљена идеја, након чега су исцртане скице на папиру. Скице свих потенцијалних, као и финалног логотипа су приказана на слици 14.



Слика 14. Скице логотипа за лабораторију

Након одабира финалног логотипа, цртеж је пренесен у програм *Adobe Illustrator* и на основу њега креиран је финални логотип који ће лабораторија користити. На слици 15 приказан логотип који ће представљати лабораторију и овај лого је намењен за светле позадине, док је на слици 16. приказан логотип који је намењен за тамне позадине.



**Слика 15.** Логотип лабораторије намењен светлим позадинама



**Слика 16.** Логотип лабораторије намењен тамним позадинама

Као што је наведено у поглављу четири, логотип треба бити свестран, јер ће се појављивати у разним величинама и на разним местима. На слици 17 је приказана скалабилност логотипа од највећег ка мањим форматима.



**Слика 17.** Скалабилност логотипа



За потребе презентовања логотипа лабораторије могућим партнерима, као и за бољи приказ клијенту, креиран је презентациони документ. Документ са презентационим сликама у разним варијантама је приказан на слици 18.

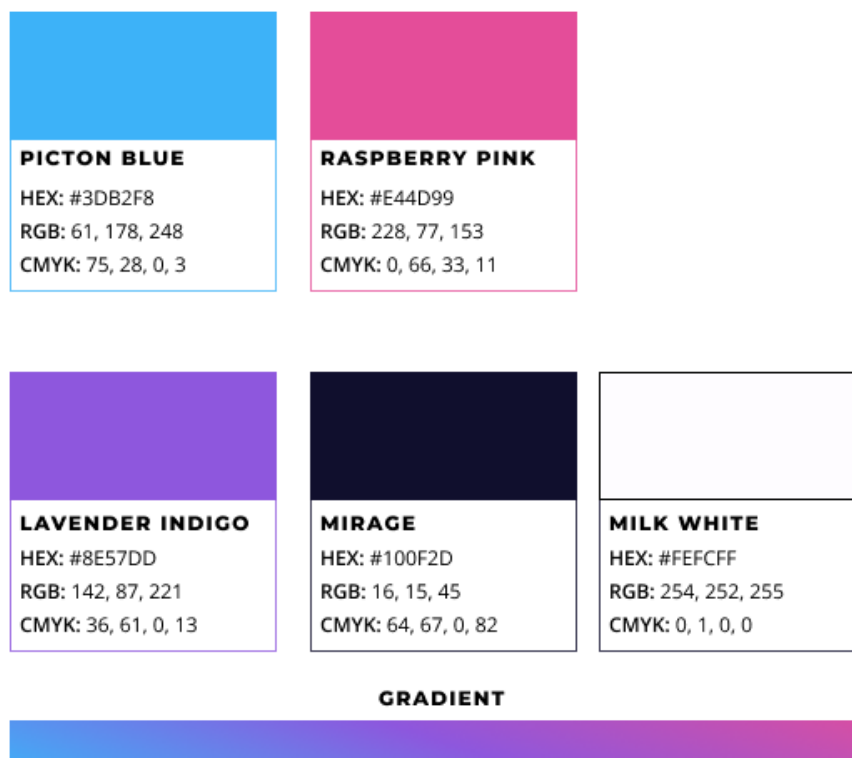


Слика 18. Презентационе слике логотипа

Текстуални део логотипа је детаљније описан у поглављу везаном за одабир типографије лабораторије.

### 5.2.2 Палета боја лабораторије

Палета боја одабраних за визуални идентет лабораторије је приказана на слици 19. Приказане су три главне боје, две неутралне и *gradient* који је креиран од комбинације све три главне боје.



**Слика 19.** Палета боја лабораторије

Главне боје у овој палети су плава, љубичаста и розе. Плава боја симболизује поверење и интелигенцију и због тога је изабрана за боју лабораторије како би студенти стекли осећај припадности. Следећа боја која је изабрана јесте розе боја из разлога што се јако добро комбинује са осталим бојама у палети и у овом раду служи за наглашавање битних ствари. Поред ове две боје ту је и љубичаста да употпуни утисак који се пружа. Она симболизује мудрост, амбицију и креативност, чиме ће код студента изазвати јаку жељу за учењем нових области.

Као и у свакој палети, тако и у овој постоје и две неутралне боје које се користе као боје текста, како на светлим тако и на тамним позадинама. Као што се може приметити, није изабрана чиста црна боја, нити чиста бела, како не би долазило до напрезања очију при исчитавању садржаја.

### 5.2.3 Типографија лабораторије

За фонт лабораторије је одабран бесплатан *sans-serif* фонт *Montserrat* са својих 9 тежина (*Thin, ExtraLight, Light, Regular, Medium, SemiBold, Bold, ExtraBold, Black*), а поред тога поседује и *italic* варијанту која је такође у 9 тежина. Он представља снажан

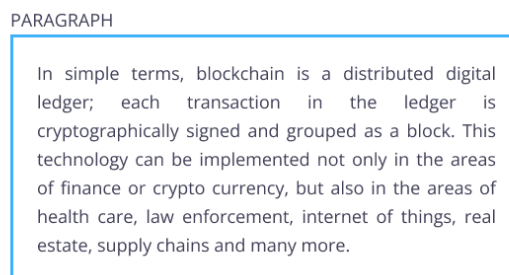
и модеран фонт сачињен од слова са геометријским и оштрим ивицама, због чега је одабран за примарни фонт лабораторије. Јако је погодан за наслове због своје добре читљивости. Такође, одличан је и за штампане материјале и за ту намену је коришћен у овом раду. На слици 20 су приказане његове тежине на примеру речи „Laboratorija“, при величини од 18px.



Слика 20. Тежине фонта *Montserrat*

У текстуалном делу лототипа за реч „BLOCKCHAIN“ се користи у тежини *ExtraBold* како би се показала снага лабораторије, док се за реч „LABORATORY“ користи у тежини *Regular* како би се показала савременост лабораторије. Ове две тежине у комбинацији дају савршен склоп за лабораторију овог типа.

Као секундарни фонт одабран је такође бесплатан *sans-serif* фонт *Open Sans* са својих 6 тежина (*Light*, *Regular*, *Medium*, *SemiBold*, *Bold*, *ExtraBold*). Због свог неутралног и пријатељског изгледа, као и јако добре читљивости при великој количини текста, у овом раду је коришћен за текст, односно параграфе, у великој мери. На слици 21 је приказан пример параграфа у тежини *Regular* и величине 18px.



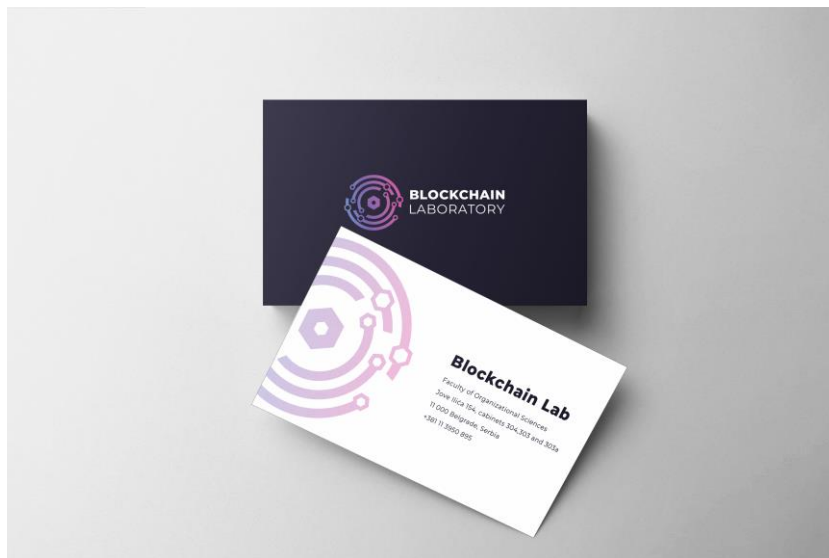
Слика 21. Пример параграфа у фонту *Open Sans*

### 5.3 ПРОМОТИВНИ И КАНЦЕЛАРИЈСКИ МАТЕРИЈАЛ

За потребе лабораторије урађени су материјали који ће се користити, како у промотивне тако и у пословне сврхе. Сви материјали су рађени на основу визуелног идентитета који је претходно креиран. Алат који се овом раду већински користи за припрему материјала за штампу је *Adobe Illustrator*, док се *Adobe Photoshop* користи за израду макета, у циљу реалнијег приказа изгледа материјала.

- Визит картица

За величину картице је постављена дужина на  $89mm$  и висина на  $51mm$ , број екрана је постављен на два и режим боја је постављен на *CMYK* (*Cyan, Magenta, Yellow, Key (Black)*), као подразумевани режим за штампане материјале. Картица садржи логотип лабораторије, као и основне контакт информације попут адресе и броја телефона. На слици 22 је приказан пример дизајнираног изгледа визит картице за потребе лабораторије.



Слика 22. Макета визит картице за лабораторију

- Фасцикла

За величину фасцикле постављена је дужина на  $220mm$  и висина на  $305mm$ , идеално за папире величине А4. Број екрана је постављен на два и режим боја на *CMYK*. Фасцикла је једнобојна и садржи логотип лабораторије. На слици 23 је приказан пример дизајнираног изгледа фасцикле за потребе лабораторије.



Слика 23. Макета визит картице за лабораторију

- Кеса

За величину кесе постављена је дужина на  $260\text{mm}$  и висина на  $170\text{mm}$ , идеално за паковање поклона за партнере и за учеснике на такмичењима. Број екрана је постављен на два и режим боја на *СМУК*. Кеса је једнобојна и садржи логотип лабораторије који је приказан на обе стране. На слици 24 је приказана пример дизајнираног изгледа кесе за потребе лабораторије.



Слика 24. Макета кесе за лабораторију

- Мајица

За величину логоа приказаног на мајици постављена је дужина на  $100mm$  и висина на  $40mm$ . Мајица може бити одличан поклон за учеснике на такмичењима и са тим циљем је дизајнирана. Број екрана је постављен на један и режим боја на *СМУК*. Мајица је једнобојна и садржи логотип лабораторије на десној страни. На слици 25 је приказан пример дизајнираног изгледа мајице за потребе лабораторије.



**Слика 25.** Макета мајице за лабораторију

- Коверта

За величину коверте постављена је дужина на  $220mm$  и висина на  $110mm$ . Број екрана је постављен на два и режим боја на *СМУК*. Коверта је стандарних димензија и на њој је приказан логотип лабораторије и информације о пошљиоцу у случају слања. На слици 26 је приказан пример дизајнираног изгледа коверте за потребе лабораторије.



Слика 26. Макета коверте за лабораторију

- Свеска

За величину свеске постављена је дужина на  $148\text{mm}$  и висина на  $210\text{mm}$ , односно величине А5. Број екрана је постављен на два и режим боја на *СМУК*. Свеска је на спирале и на њој је приказан логотип лабораторије као и путања ка веб сајту лабораторије. На слици 27 је приказан пример дизајнираног изгледа свеске за потребе лабораторије.



Слика 27. Макета свеске за лабораторију

- Хемијска оловка

Припрема хемијске оловке за штампу је урађена у *Adobe Illustrator*-у, за величину логотипа на оловци постављена је дужина на *25mm* и висина на *10mm*. Број екрана је постављен на један и режим боја на *СМУК*. Оловка садржи љубичасте тонове и на њој је приказан логотип лабораторије. На слици 28 је приказан пример дизајнираног изгледа хемијске оловке за потребе лабораторије.



**Слика 28.** Макета хемијске оловке за лабораторију

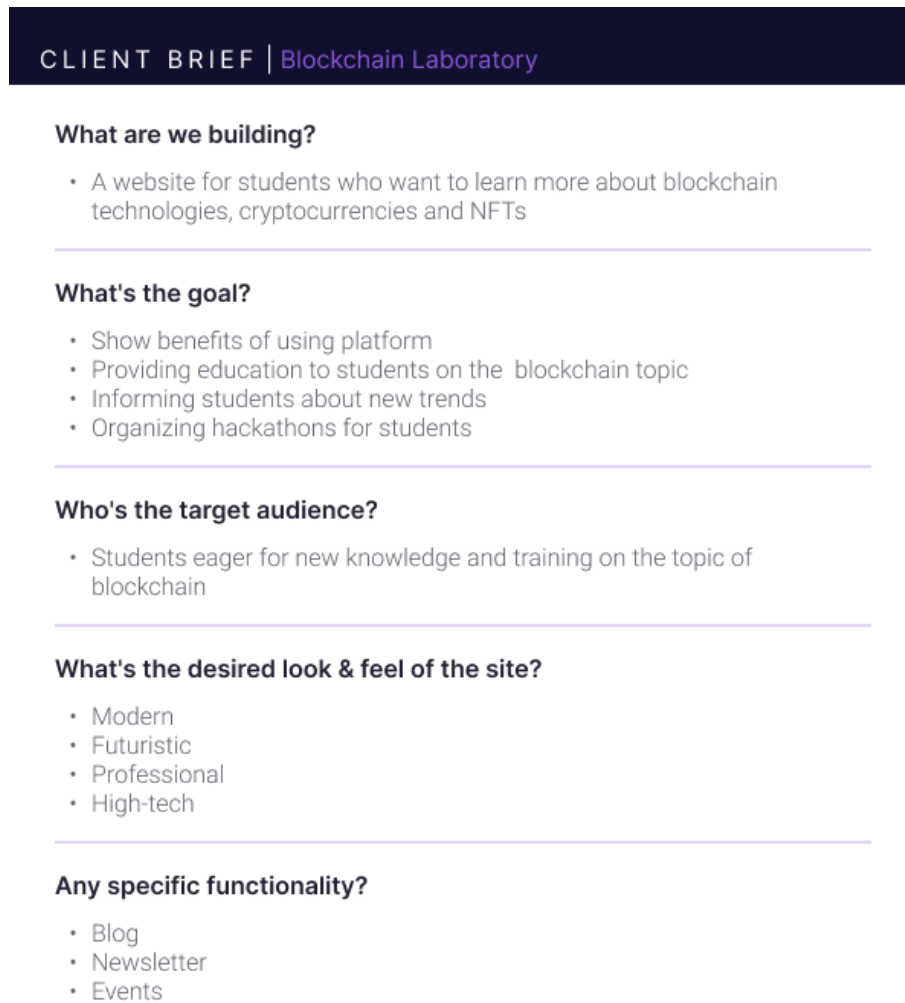
Постоји велики спектар материјала које могу бити од користи, али су за овај рад одабрани наведени материјали као најнеопходнији за почетак рада лабораторије. За сваки материјал су извезени фајлови са екстензијама:

- *PDF (Portable Document Format)*;
- *PSD (Photoshop Document)*;
- *PNG (Portable Network Graphics)*.



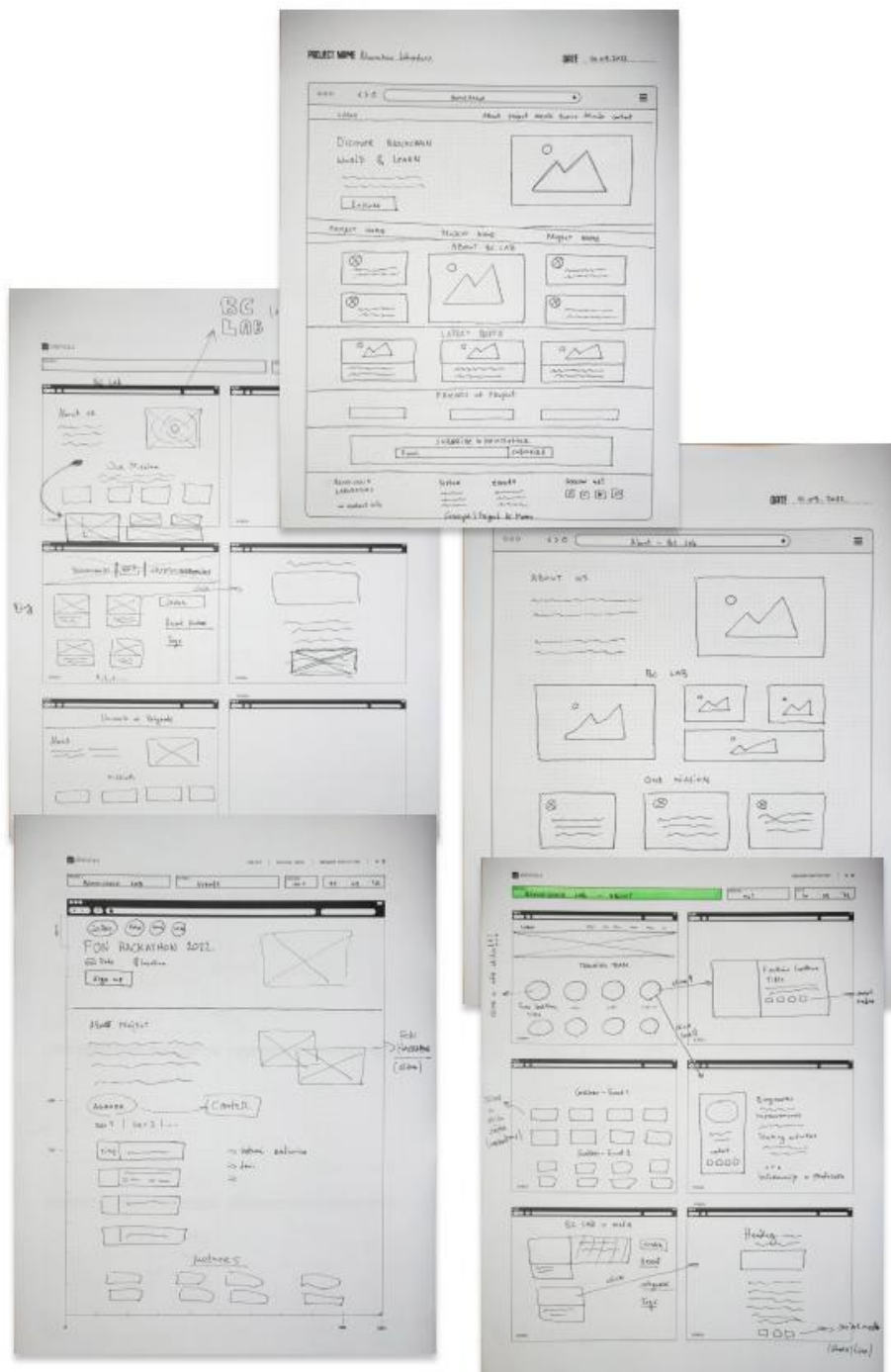
## 5.4 КОРИСНИЧКИ ИНТЕРФЕЈС ЗА ВЕБ САЈТ ЛАБОРАТОРИЈЕ

На основу захтева фиктивног клијента креиран је документ који је приказан на слици 29. Може се закључити да је потребно направити дизајн корисничког интерфејса за веб сајт који студентима пружа нова знања. Сајт треба бити модерног и професионалног изгледа , такође, треба садржати догађаје и блог.



**Слика 29.** Документ за захтевима фиктивног клијента

Након обраде захтева креиране су скице на папирима. Скице показују шта би то сајт садржајно имао и који би био распоред елемената на свакој страници. На слици 30 су приказане скице.



Слика 30. Скице садржаја веб сајта на папирима

Сви цртежи су пренесени у дигитални облик, тј. направљени у *Figma*. На сликама 31 и 32 су приказани пројектовани екрани.

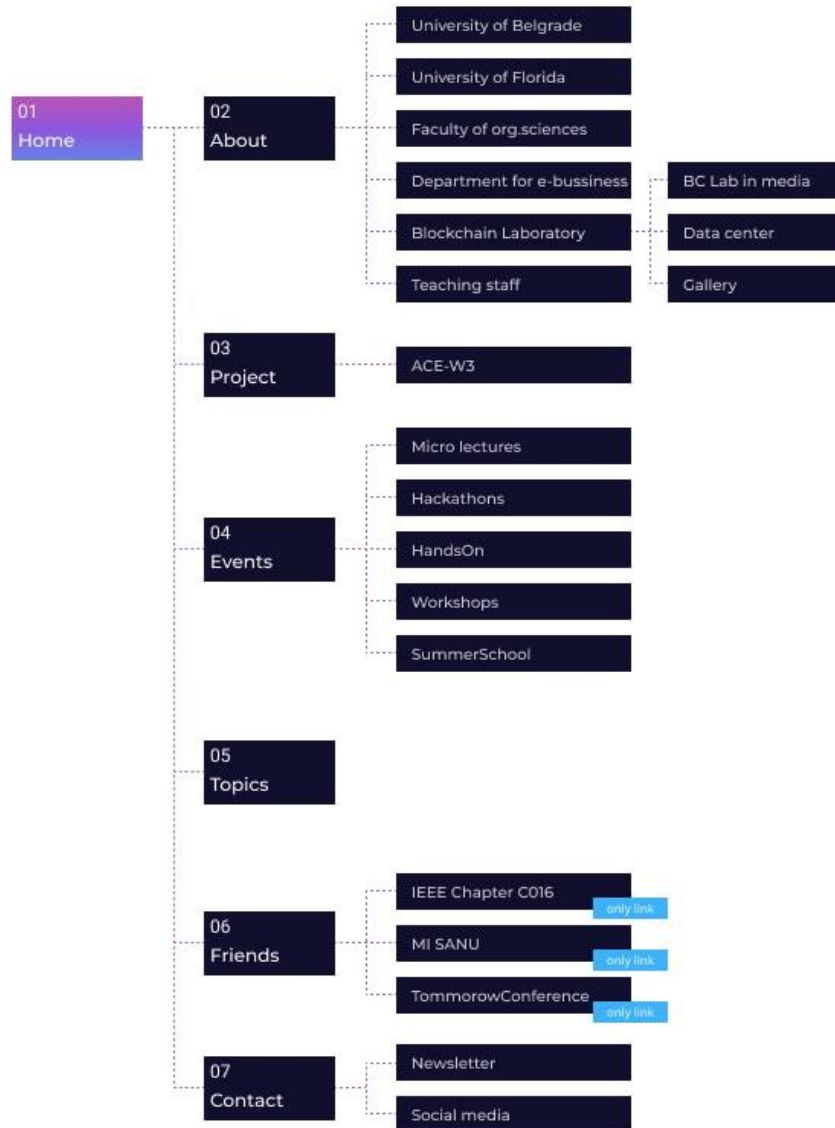


Слика 31. Скице садржаја веб сајта у дигиталном формату



Слика 32. Скице садржаја веб сајта у дигиталном формату

На основу свих екрана креирана је мапа сајта на којој су приказане све странице и секције које веб сајт садржи.

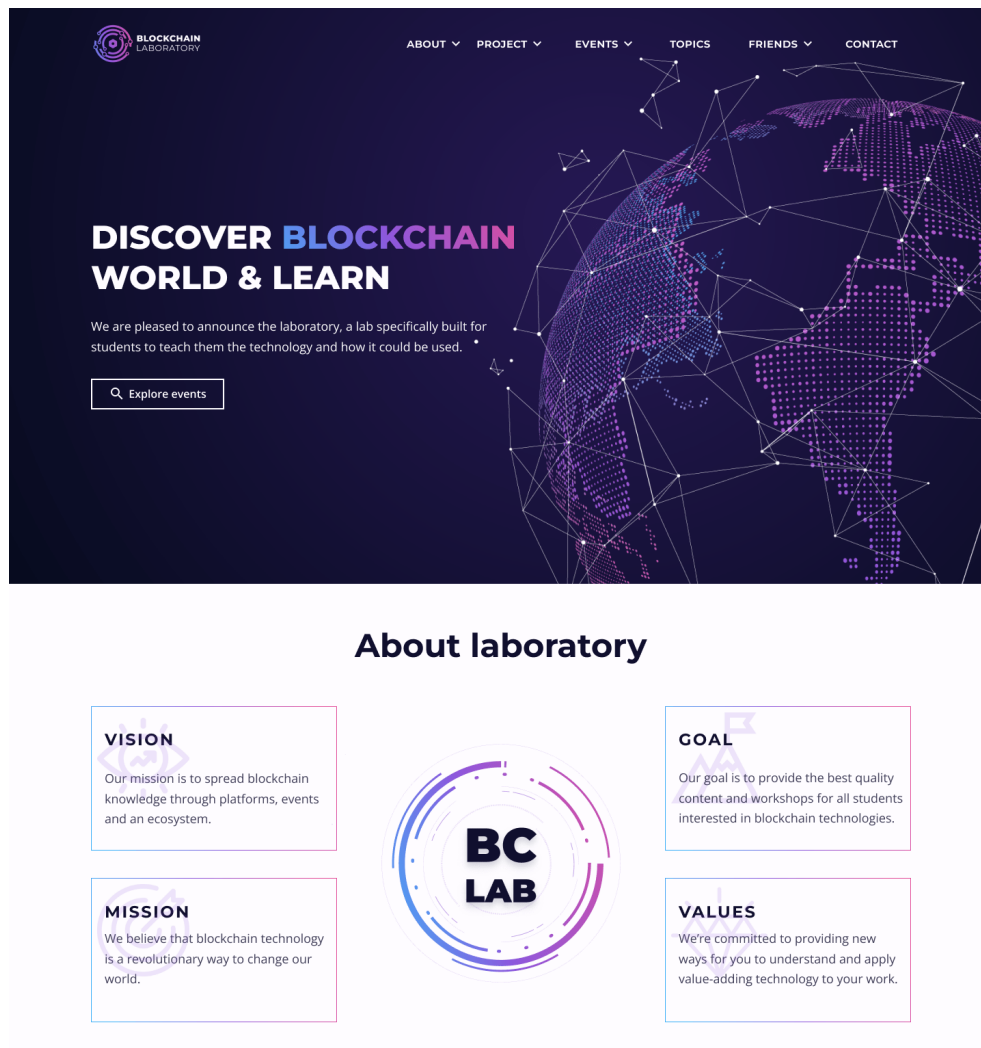


Слика 33. Мапа веб сајта лабораторије

Са слике 33 се види да сајт садржи следеће странице: почетна страна, о нама, пројекат, догађаји, теме, пријатељи, док контакт представља секцију на почетној страници. Свака страница је детаљно објашњена у наставку рада.

## 5.4.1 Почетни екран

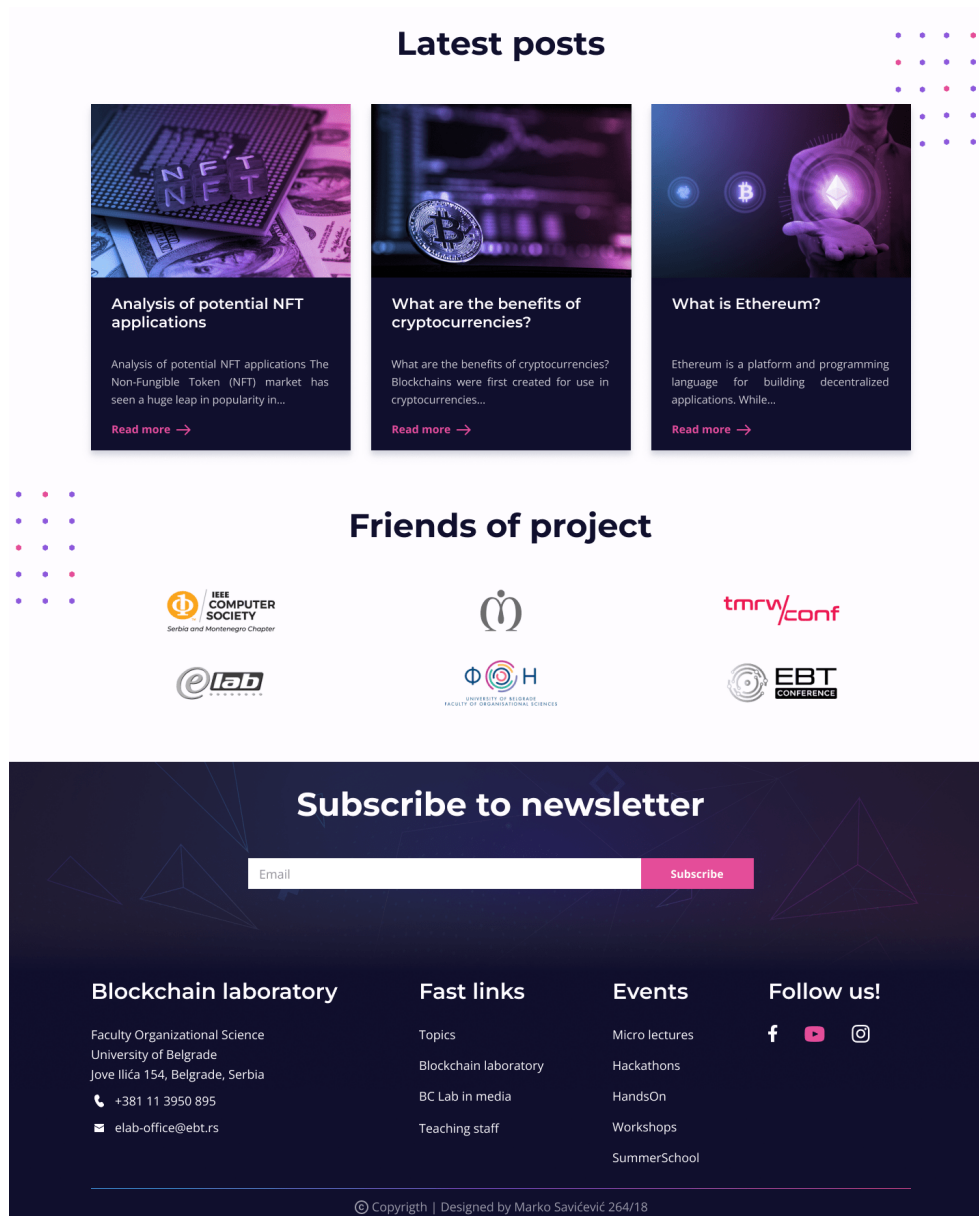
На слици 34 је приказан почетни екран лабораторије са називом *Blockchain Laboratory*. На почетном екрану је приказан навигациони мени који се састоји од свих страница побројаних на мапи сајта, након чега следи главна секција са позивом на акцију студента да истражи актуелне догађаје. Друга секција се односи на саму лабораторију, приказује њене вредности, циљеве, мисију и визију.



Слика 34. Почетни екран лабораторије – први део

Наставак почетног екрана је приказан на слици 35. Секција „Последњи постови“ приказује три последње објављена поста са странице „Тема“, односно са блога лабораторије. Следећа секција се односи на пријатеље пројекта и садржи логотипе свих који су подржали лабораторију. Даље се може видети опција *Newsletter*, где

корисник уноси мејл адресу у празно поље, чиме се пријављује да прима обавештења о новим догађајима, као и о новим текстовима блога лабораторије. И на крају је приказан *footer* веб сајта у ком су приказани контакт подаци, брзи линкови као и линкови ка друштвеним мрежама лабораторије у виду иконица.



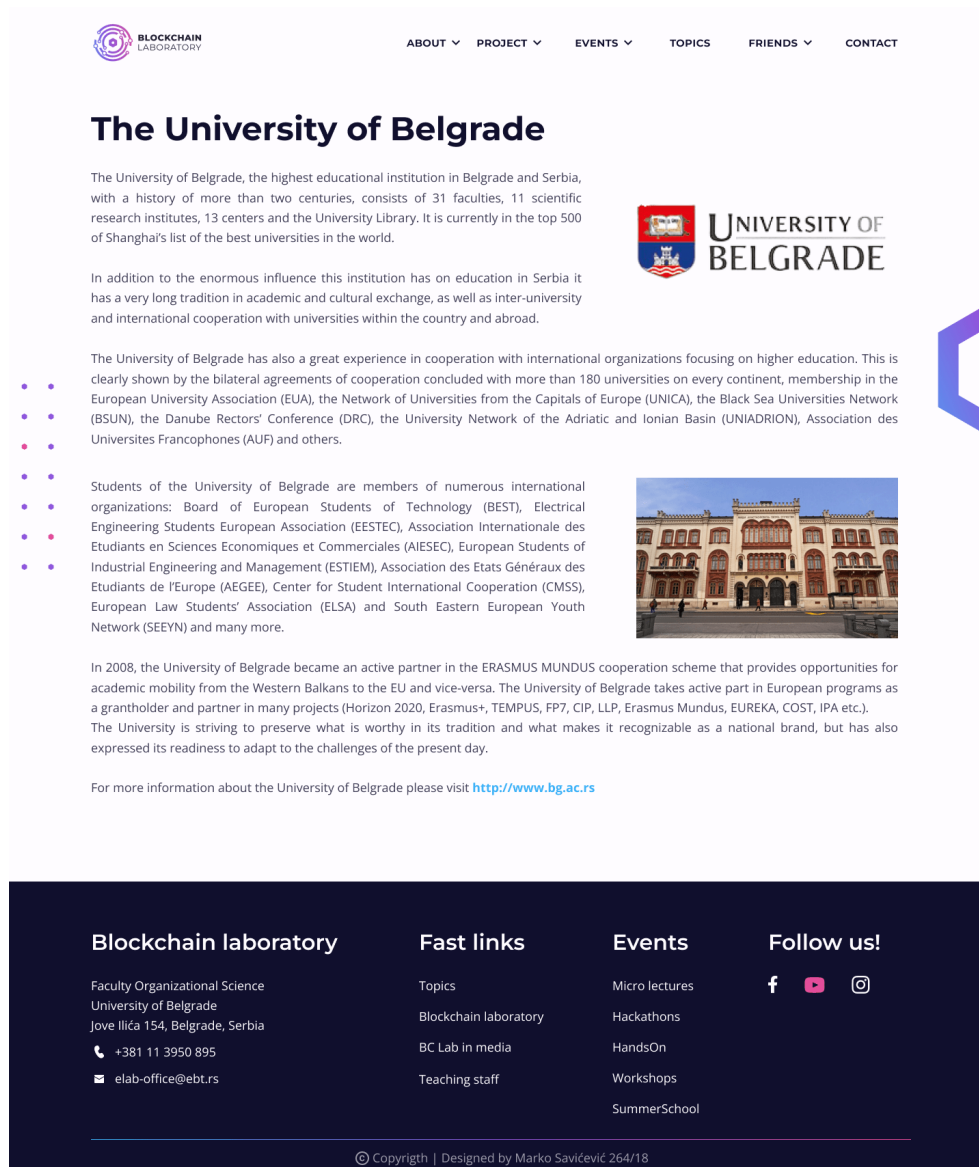
Слика 35. Почетни екран лабораторије – први део

## 5.4.2 О нама

У оквиру странице *About* постоји шест страница:

- Универзитет у Београду

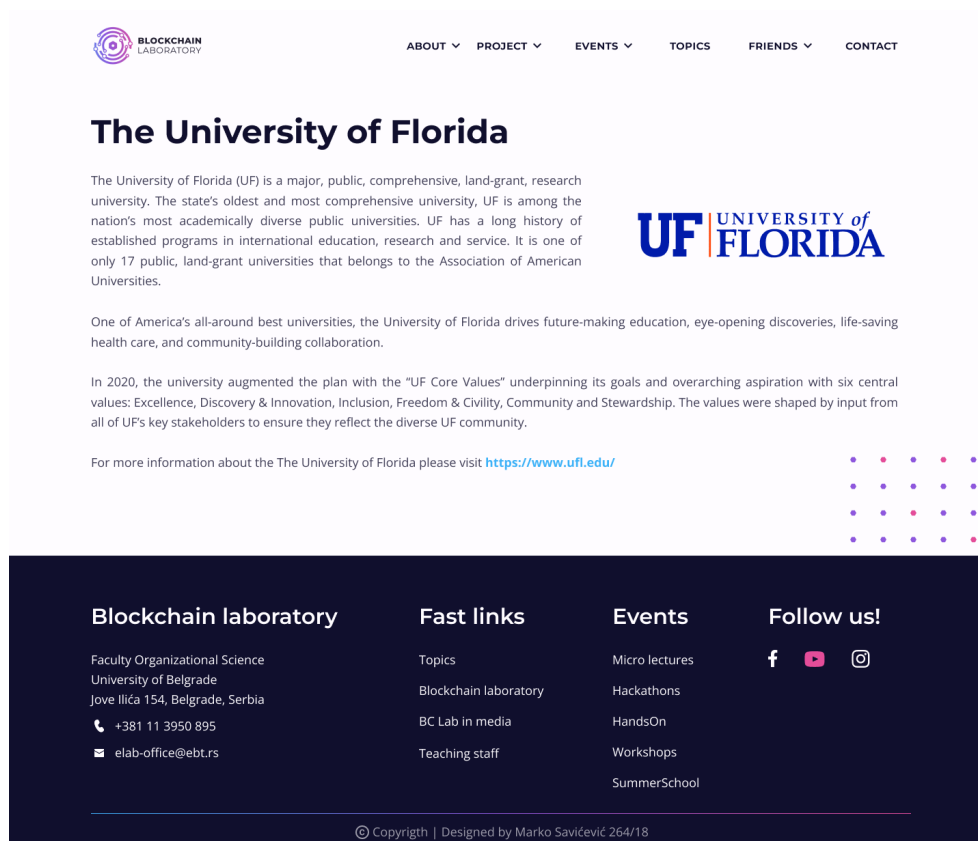
На слици 36 приказана је дизајнирана страница која приказује информације о Универзитету у Београду. Страница је стриктно информативног карактера, па су на њој приказани лотогип универзитета, текст и слика ректората.



Слика 36. Страница о Универзитету у Београду

- Универзитет у Флориди

На слици 37 приказана је дизајнирана страница која приказује информације о Универзитету Флорида. Страница је стриктно информативног карактера, па се на њој приказује само лотогип универзитета и текст.



Слика 37. Страница о Универзитету Флорида

- Факултет организационих наука

На слици 38 приказана је дизајнирана страница која приказује информације о Факултету организационих наука. Страница је стриктно информативног карактера па се на њој приказује лотогип факултета, текст и слика факултета.

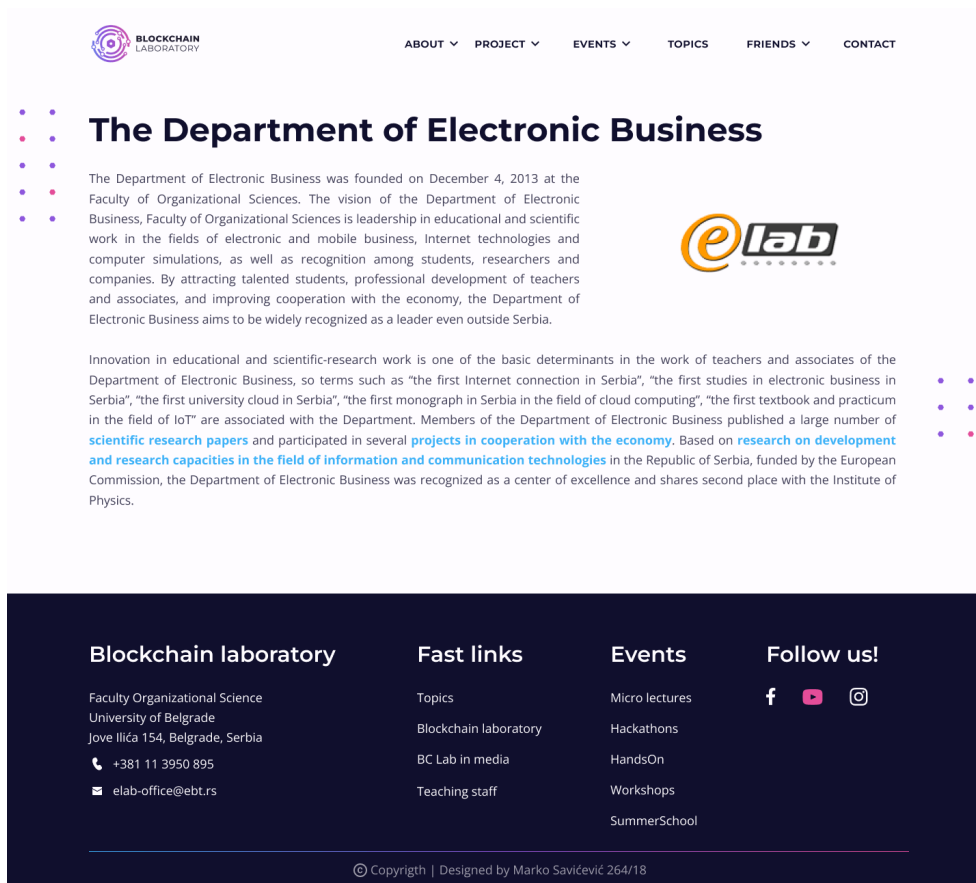




Слика 38. Страница о Факулету организационих наука

- Катедра за електронско пословање

На слици 39 приказана је дизајнирана страница која приказује информације о Катедри за електронско пословање. Страница је стриктно информативног карактера, па се на њој приказује лотогип катедре и текст. У оквиру текста постоје ликови који воде ка научно-истраживачким радовима, пројектима и ка извештају, респективно.



Слика 39. Страница Катедре за електронско пословање

• *Blockchain Laboratory*

На слици 40 приказана је дизајнирана страница која приказује информације о лабораторији. Страница је стриктно информативног карактера, па се на њој приказује слика, текст о лабораторији и активности које лабораторија обавља. У оквиру активности постоје два линка који воде ка сајту *Algorand*-а и сајту *EBT* конференције, респективно.

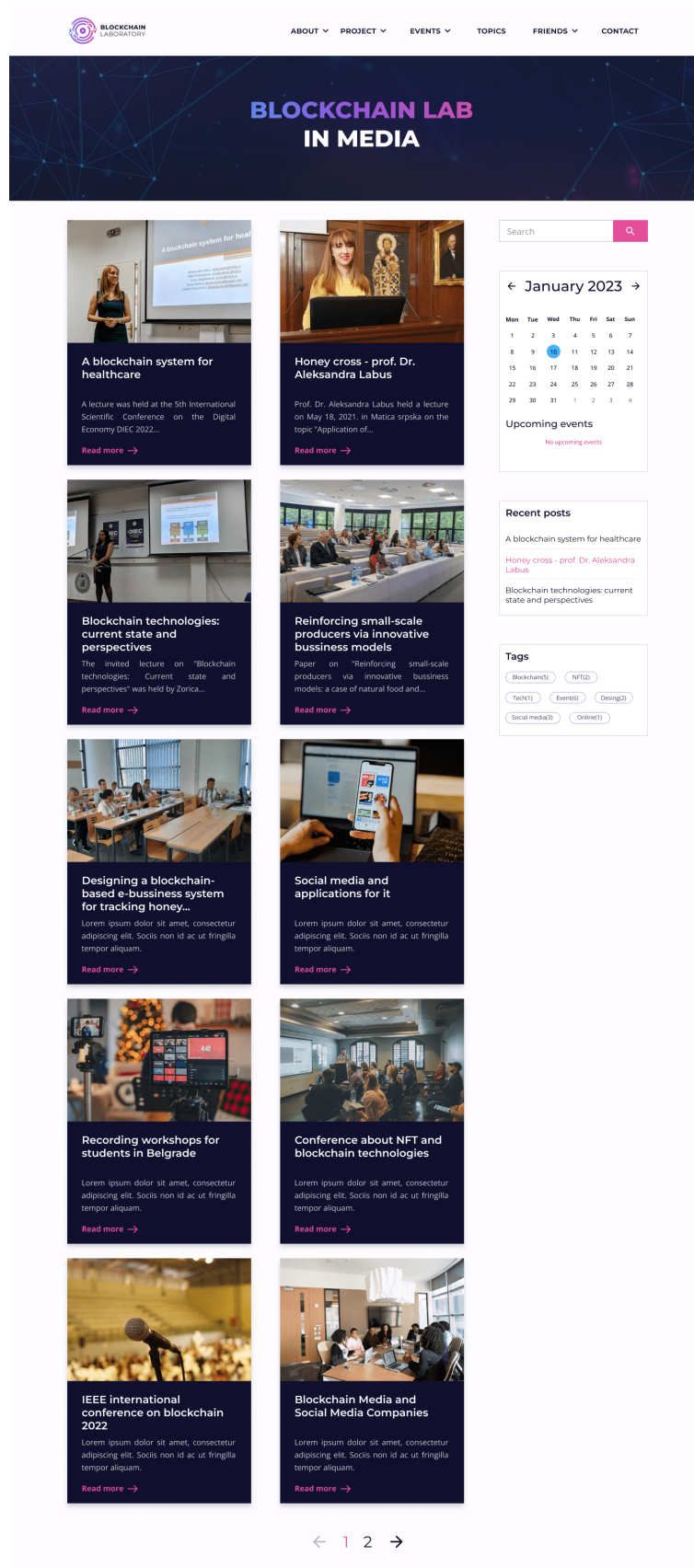


Слика 40. Страница лабораторије под називом *Blockchain Laboratory*

У оквиру странице *Blockchain Lab* постоји још три странице:

- *Blockchain Laboratory* у медијима

На слици 41 приказана је дизајнирана страница која приказује вести о активностима лабораторије у медијима. Са десне стране приказано је поље за претрагу, календар догађаја, испод чега је приказана листа три последње објављена текста и на крају тагови по којима могу бити груписани текстови.



Слика 41. Страница *Blockchain Laboratory* у медијима

Кликом на објављени текст кориснику се отвара нова страница која је приказана на слици 42. Страница садржи текст целе вести, слике, додатне материјале као и тагове додељене при објављивању.

**BLOCKCHAIN LABORATORY**

ABOUT ▾ PROJECT ▾ EVENTS ▾ TOPICS FRIENDS ▾ CONTACT

## A blockchain system for healthcare

An invited lecture on "A blockchain system for healthcare" was held at the 5th international scientific conference on the digital economy DIEC 2022. The lecture was given by Prof. Dr. Aleksandra Labus.

### Abstract

This paper analyses the impact of the digital transformation on the healthcare sector and investigates the opportunities of using blockchain technologies in the healthcare ecosystem. The main goal is the proposition of a blockchain system for healthcare that will improve the tracking of business transactions, real-time communication and data sharing between stakeholders. The proposed system will enable the recording of all data and transactions of healthcare providers, medical laboratories, academia, research institutes and laboratories, companies, health insurance companies and investors, government and state authorities, and patients. All stakeholders' transactions will be done using a blockchain network and all collected data will be stored in a cloud database. Patients will have a blockchain application that will enable managing electronic personal health record, electronic health records, medical reports, electronic prescriptions, health insurance data, and crowdsensing data. Using blockchain application, patients can interact with their doctors through online conversations and distributes their personal health data reports. This approach encourages telemedicine services and is suitable for monitoring patients' health status and online access to all their health data. For tracking patients' health status different crowdsensing applications can be used, such as monitoring heart rate, blood pressure, stress, etc. The proposed system could serve as a good basis for the adoption of blockchain for healthcare in different countries.

The paper can be found at the [link](#).

Here you can download the presentation from the lecture:

**Tags:** Healthcare Blockchain Crowdsensing

**Blockchain laboratory**  
Faculty Organizational Science  
University of Belgrade  
Jove Ilića 154, Belgrade, Serbia  
+381 11 3950 895  
elab-office@ebt.rs

**Fast links**  
Topics  
Blockchain laboratory  
BC Lab in media  
Teaching staff

**Events**  
Micro lectures  
Hackathons  
HandsOn  
Workshops  
SummerSchool

**Follow us!**  
f y i

© Copyright | Designed by Marko Savičević 264/18

Слика 42. Детаљан приказ одабраног текста

- *Data* центар

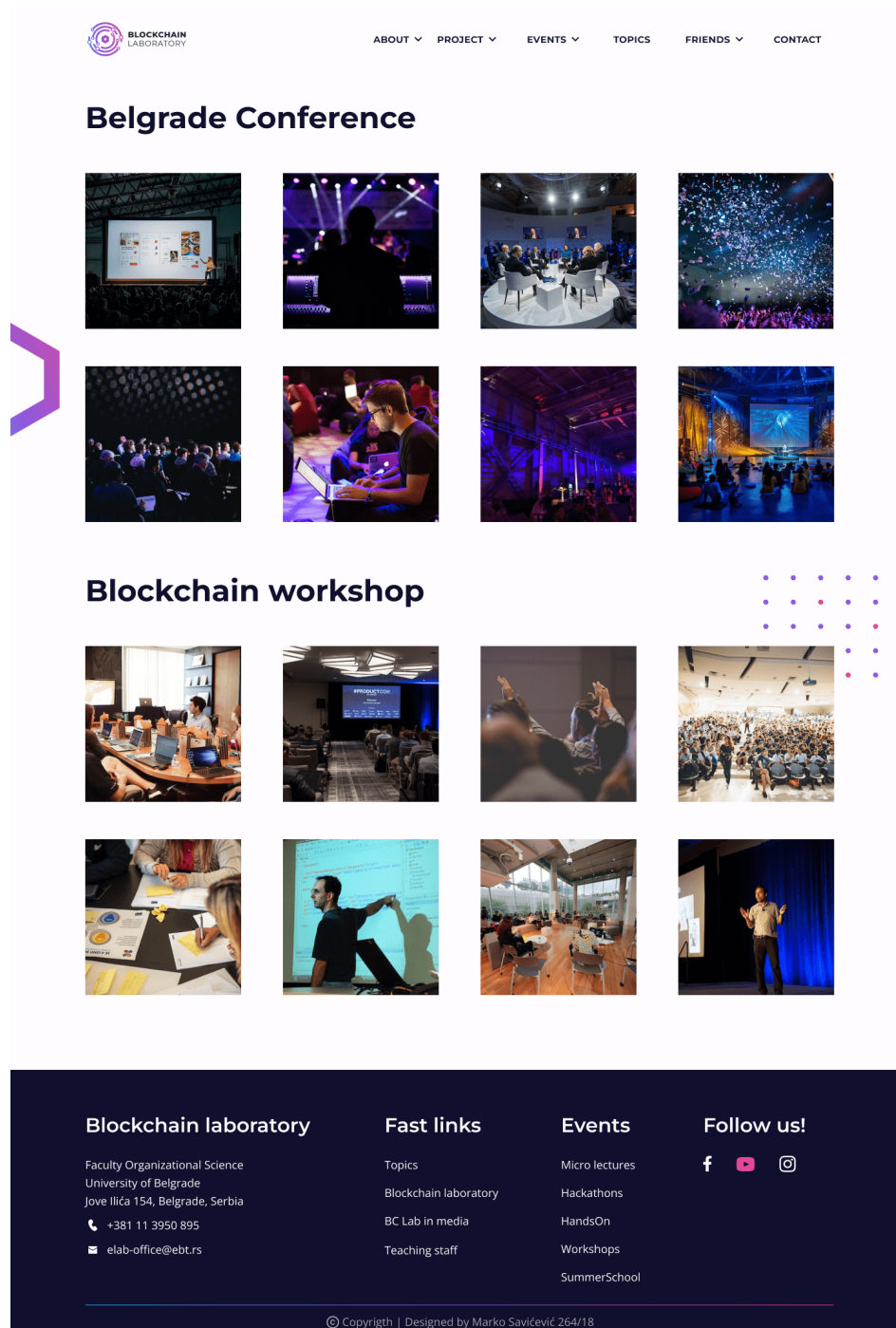
На слици 43 приказана је дизајнирана страница која приказује информације о *Data* центру лабораторије. Страница је информативног карактера и уз слике приказује две инфраструктуре као и сервисе које нуди центар.



Слика 43. Страница о *Data* центру лабораторије

- Галерија

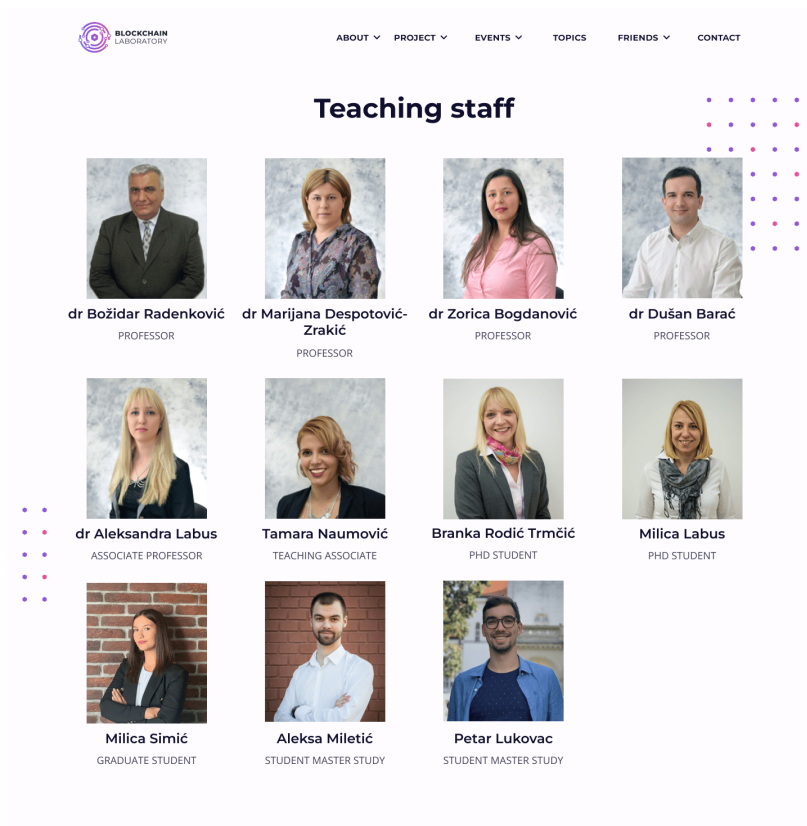
На слици 44 приказана је дизајнирана страница галерије у којој су слике груписане по догађајима. Након одржаног догађаја, администратор додаје нове слике за тај догађај.



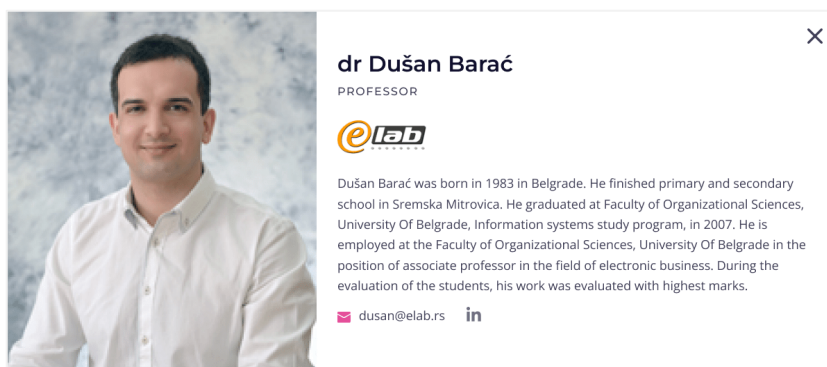
Слика 44. Страница галерије са груписаним догађајима

- Наставни тим

На слици 45 приказана је дизајнирана страница за наставни тим лабораторије. За сваког професора или сарадника, приказани су фотографија, титула, име и презиме. Кликом на слику професора отвара се прозор (слика 46) са кратком биографијом о особи која је изабрана, као и контакт подаци. Кликом на логотип катедре корисник ће бити преусмерен на детаљнију биографију професора.



Слика 45. Наставни тим лабораторије

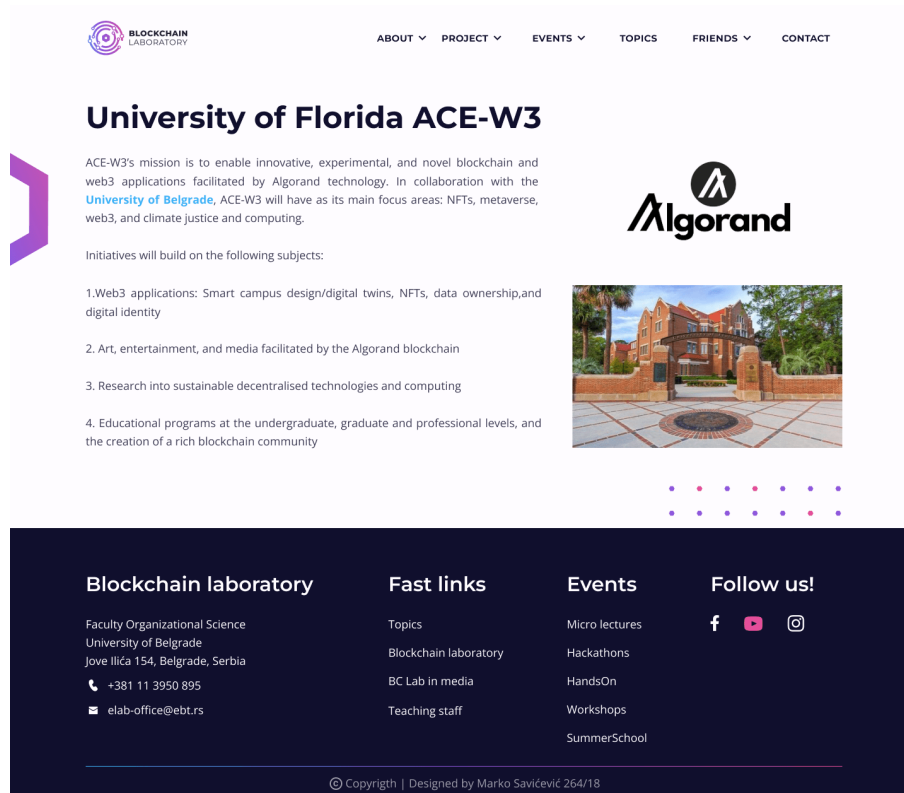


Слика 46. Детаљан приказ профила професора



### 5.4.3 Пројекти

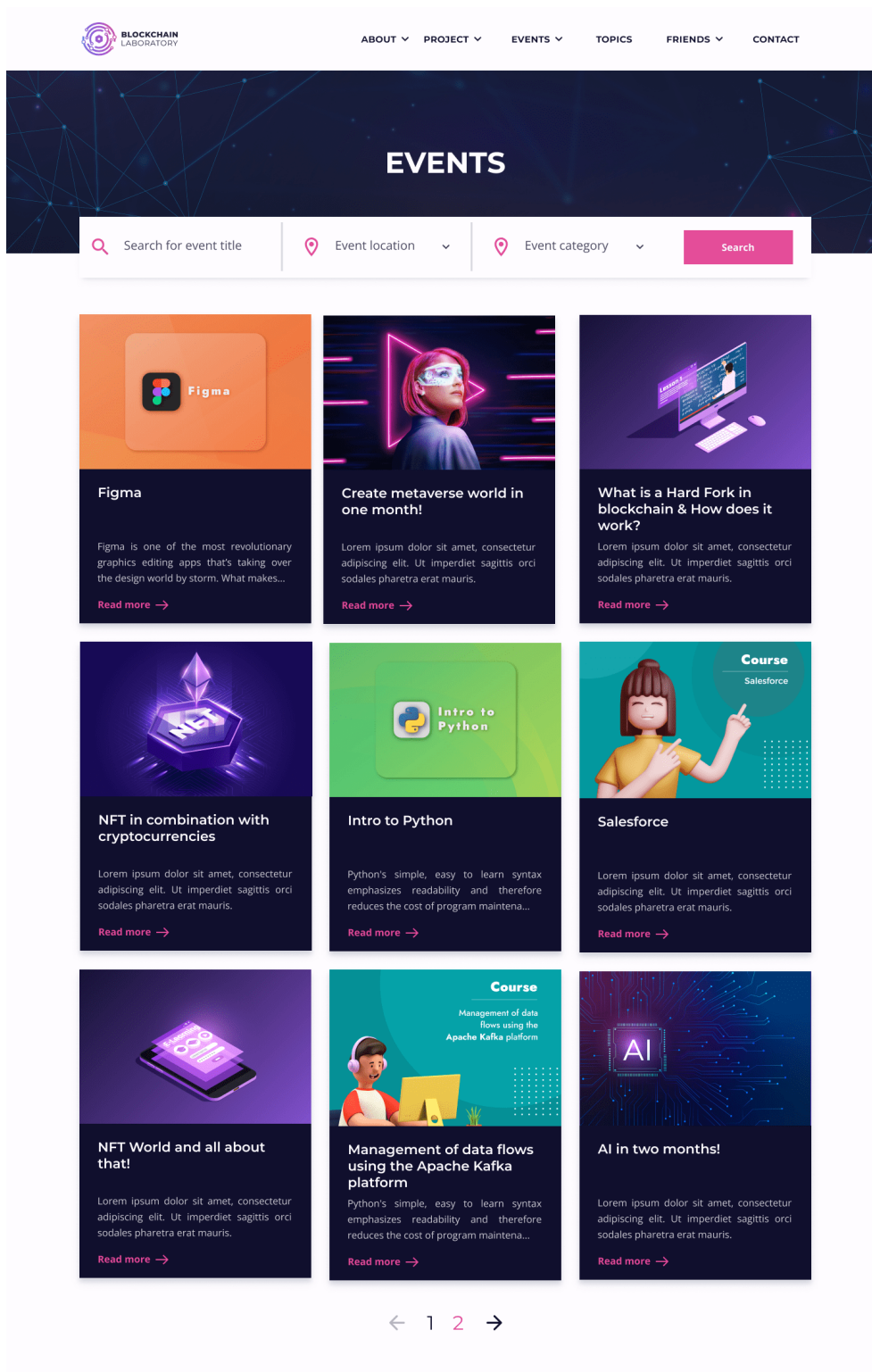
У оквиру странице *Projects* постоји само једна дизајнирана страница *ACE-W3* која је приказана на слици 47. Страница је информативног карактера и приказује пројекат Универзитета Флорида у сарадњи са Универзитетом у Београду.



Слика 47. Страница пројекта Универзитета Флорида

### 5.4.4 Догађаји

У оквиру странице *Events* кориснику су приказани сви догађаји које лабораторија организује. Корисник може претражити све догађаје уношењем назива, локације или категорије, што је и приказано на слици 48.

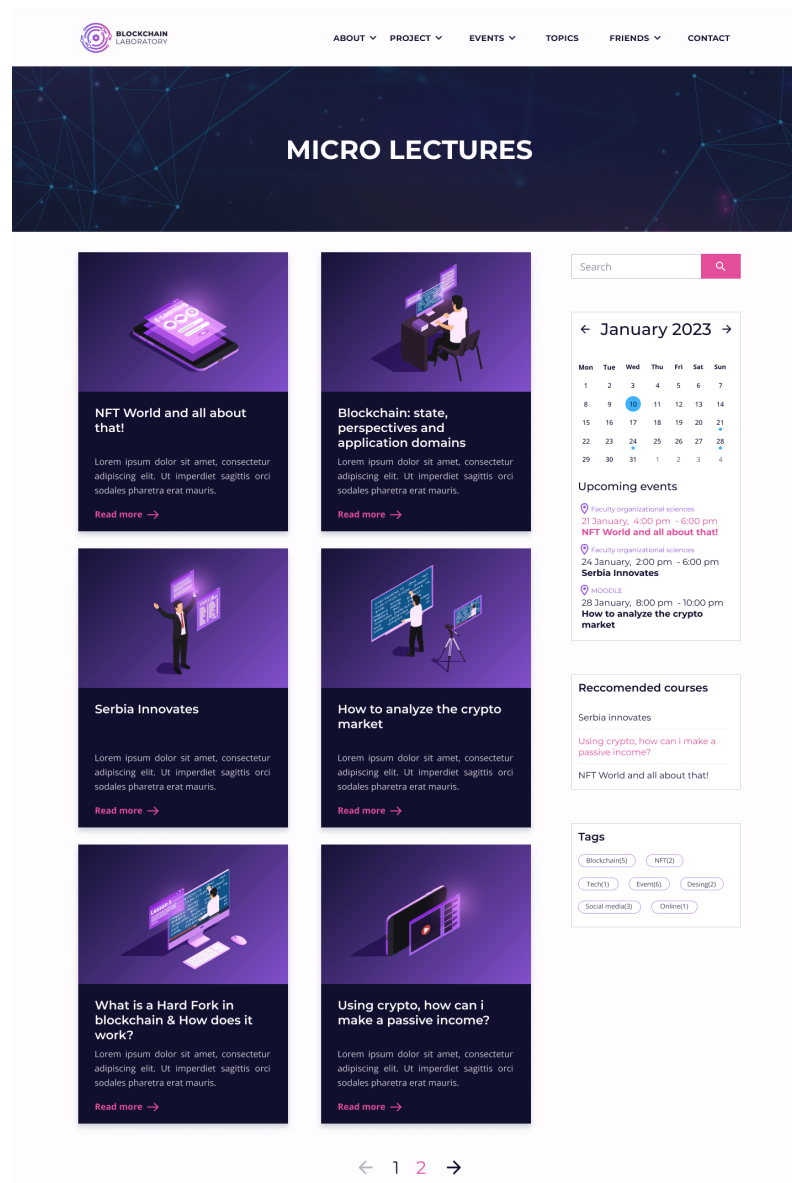


Слика 48. Страница са свим догађајима које лабораторија организује


У оквиру странице *Events* постоји још пет страница догађаја, подељених у категорије:

- *Micro lectures*

У оквиру странице *Micro lectures* налазе се објављени догађаји који се односе на микро курсеве које лабораторија организује . На слици 49 је приказана страница са свим курсевима, насловне слике су у истом стилу на сваком објављеном догађају. Са десне стране приказано је поље за претрагу догађаја, календар са догађајима, као и придлазећи догађаји, три препоручена курса и додељени тагови. Детаљни приказ одабраног курса приказан је на слици 50.



Слика 49. Страница са микро курсевима



- ABOUT ▾
- PROJECT ▾
- EVENTS ▾
- TOPICS
- FRIENDS ▾
- CONTACT

10  
DAYS


6  
HRS

34  
MIN

## How to analyze the crypto market

📅 24.03.2023. 📍 Faculty of organizational sciences


[Sign in](#)



## About lecture

Reading cryptocurrency charts is essential for traders to find the best opportunities in the market, as technical analysis can help investors to identify market trends and predict the future price movements of an asset.


Technical analysis refers to analyzing statistical trends gathered over time to understand how the supply and demand of a specific asset influence its future price changes. Reading crypto market charts can help investors to make well-informed decisions based on when they expect bullish and bearish movements to end.



## Agenda


6:00 PM -  
9:00 PM

### How to analyze the crypto market



**Marko Nikolić**  
CRYPTO SPECIALIST


## Related lectures



**What is a Hard Fork in blockchain & How does it work?**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut imperdiet sagittis orci sodales pharetra erat mauris.


[Read more →](#)



**Using crypto, how can i make a passive income?**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut imperdiet sagittis orci sodales pharetra erat mauris.

[Read more →](#)



**NFT World and all about that!**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut imperdiet sagittis orci sodales pharetra erat mauris.

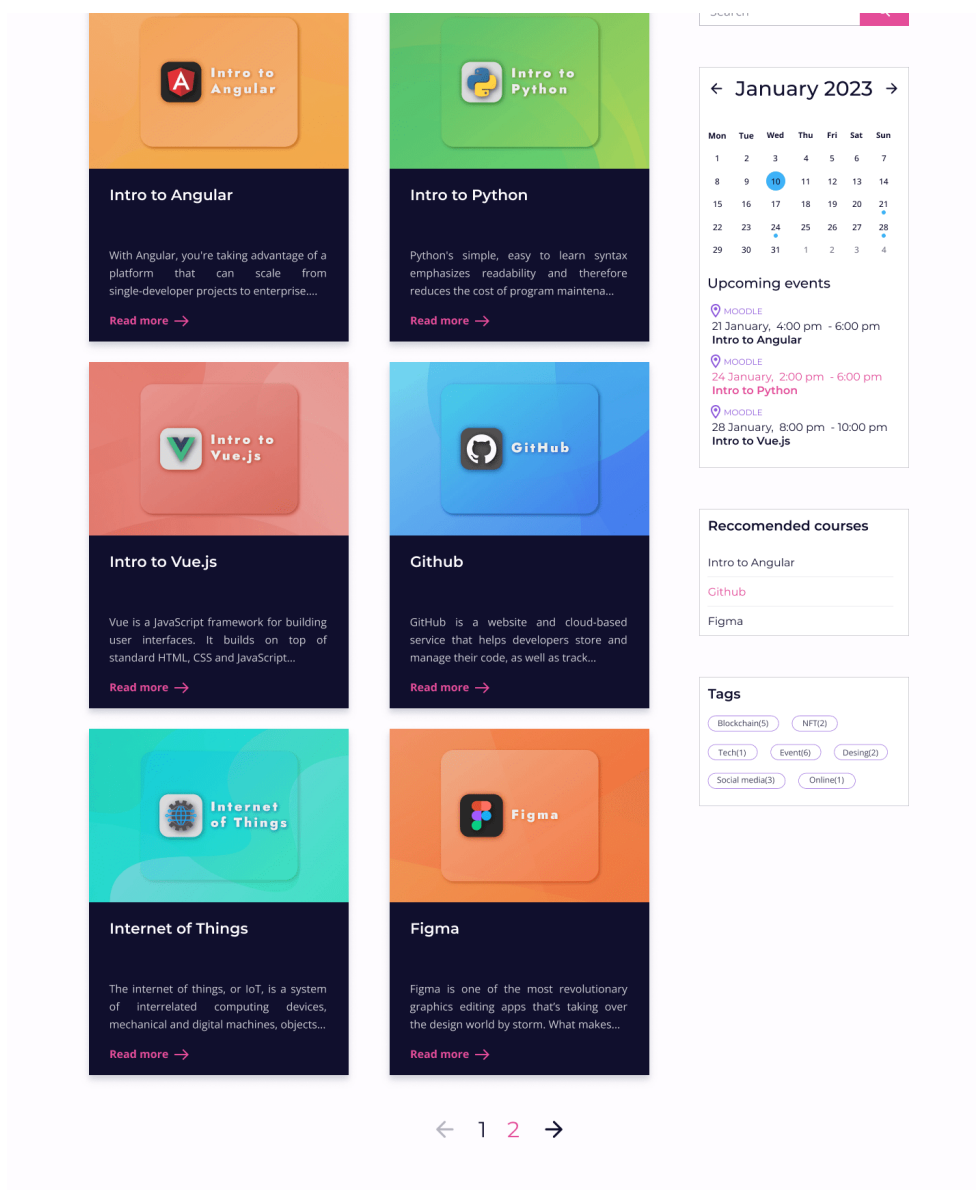
[Read more →](#)

**Слика 50.** Детаљи о изабраном микро курсу

У оквиру странице детаљног приказа микро курса, кориснику су приказани датум и локација одржавања курса. Корисник се пријављује на курс кликом на дугме *Sign in*. У даљем приказу кориснику је дат кратак опис курса и агенда курса. И на крају се налази приказ сличних курсева који могу бити занимљиви кориснику.

• *HandsOn*

У оквиру странице *HandsOn* налазе се објављени догађаји који се односе кратке курсеве у организацији Катедре за електронско пословање. На слици 51 је приказана страница са свим курсевима, насловне слике су у истом стилу на сваком објављеном догађају. Са десне стране приказано је поље за претрагу догађаја, календар са догађајима, као и придолазећи догађаји, три препоручена курса и додељени тагови. Детаљни приказ одабраног курса приказан је на слици 52.



Слика 51. Страница са *HandsOn* курсевима



- ABOUT ▾
- PROJECT ▾
- EVENTS ▾
- TOPICS
- FRIENDS ▾
- CONTACT

10  
DAYS

6  
HRS

34  
MIN

## Intro to Python

📅 21.01.2023. 📍 MOODLE

Sign in



**Intro to Python**

Vojislav Stefanović

21. January  
2:00 PM

MOODLE

HandsOn

## About course

We invite you to the Introduction to Python workshop as part of the Elab Hands-On series! The workshop will be held on Wednesday, December 29, 2021. at 5 p.m., online on the Elab Moodle platform as part of the HandsOn course.

Python is an interpreted, object-oriented, high-level programming language with dynamic semantics. Its high-level data structures, combined with dynamic typing and dynamic linking, make it very attractive for rapid application development, as well as for use as a scripting language or a language for linking existing components together.

- We would like to interest you in continuing to independently expand your knowledge in one of the widely used and popular programming languages after this workshop.

## Agenda

2:00 PM -  
4:00 PM

### Intro to Python



**Vojislav Stefanović**

STUDENT

## Related courses



Intro to Vue.js

### Intro to Vue.js

Vue is a JavaScript framework for building user interfaces. It builds on top of standard HTML, CSS and JavaScript...

[Read more →](#)



Figma

### Figma

Figma is one of the most revolutionary graphics editing apps that's taking over the design world by storm. What makes...

[Read more →](#)



Intro to Python

### Intro to Python

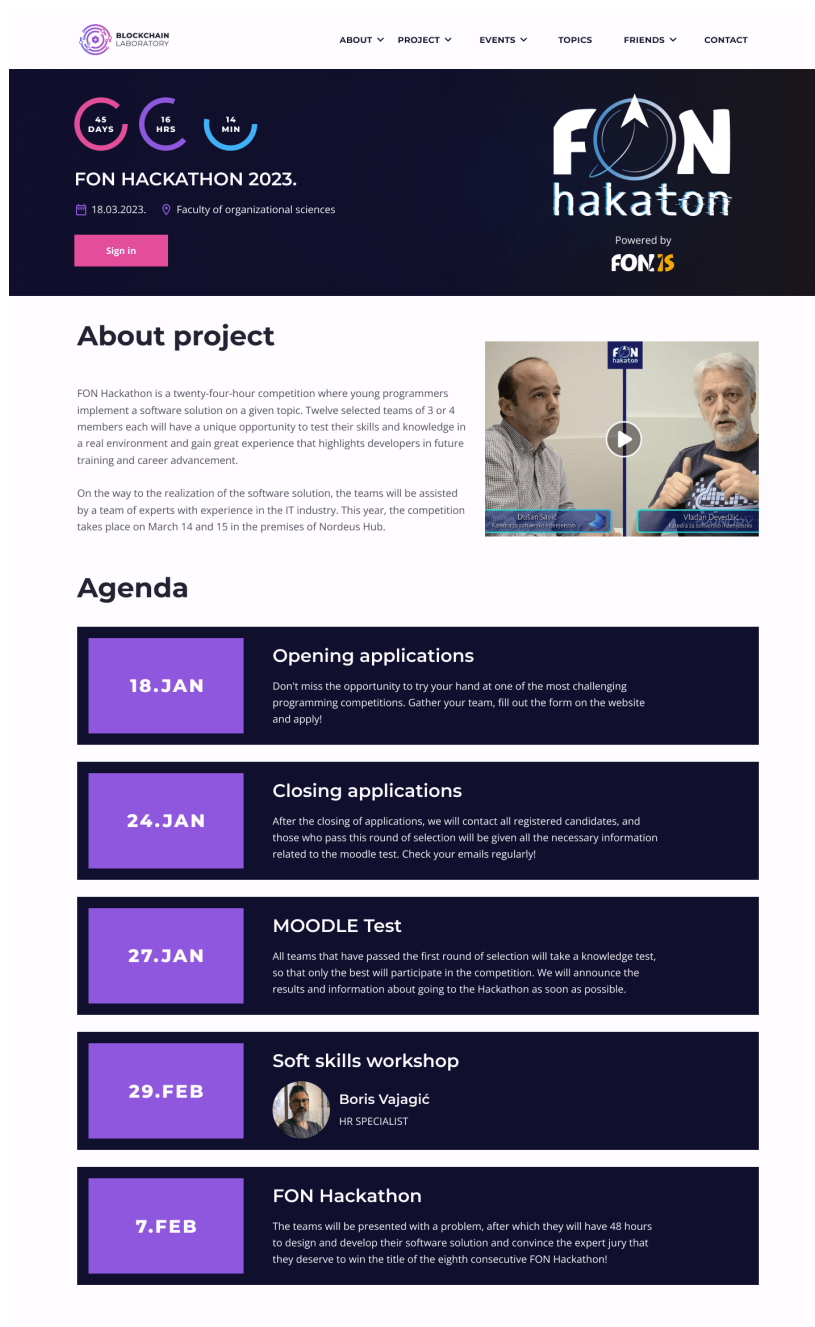
Python's simple, easy to learn syntax emphasizes readability and therefore reduces the cost of program maintena...

[Read more →](#)

Слика 52. Детаљи о изабраном *HandsOn* курсу

- *Hackathons*

У оквиру странице *Hackathons* налази се један хакатон у организацији студентске организације „ФОНИС“. На слици 53 је приказана страница са детаљним подацима о хакатону. Приказани су датум и локација тамкичења, након чега је приказан опис такмичења и на крају агенда за сваки део селекције. Корисник се пријављује кликом на дугме *Sign in*.



**ABOUT** **PROJECT** **EVENTS** **TOPICS** **FRIENDS** **CONTACT**

**45 DAYS** **16 HRS** **14 MIN**

**FON HAKATHON 2023.**

18.03.2023. Faculty of organizational sciences

**Sign in**

**Powered by FON IS**

### About project

FON Hackathon is a twenty-four-hour competition where young programmers implement a software solution on a given topic. Twelve selected teams of 3 or 4 members each will have a unique opportunity to test their skills and knowledge in a real environment and gain great experience that highlights developers in future training and career advancement.

On the way to the realization of the software solution, the teams will be assisted by a team of experts with experience in the IT industry. This year, the competition takes place on March 14 and 15 in the premises of Nordeus Hub.

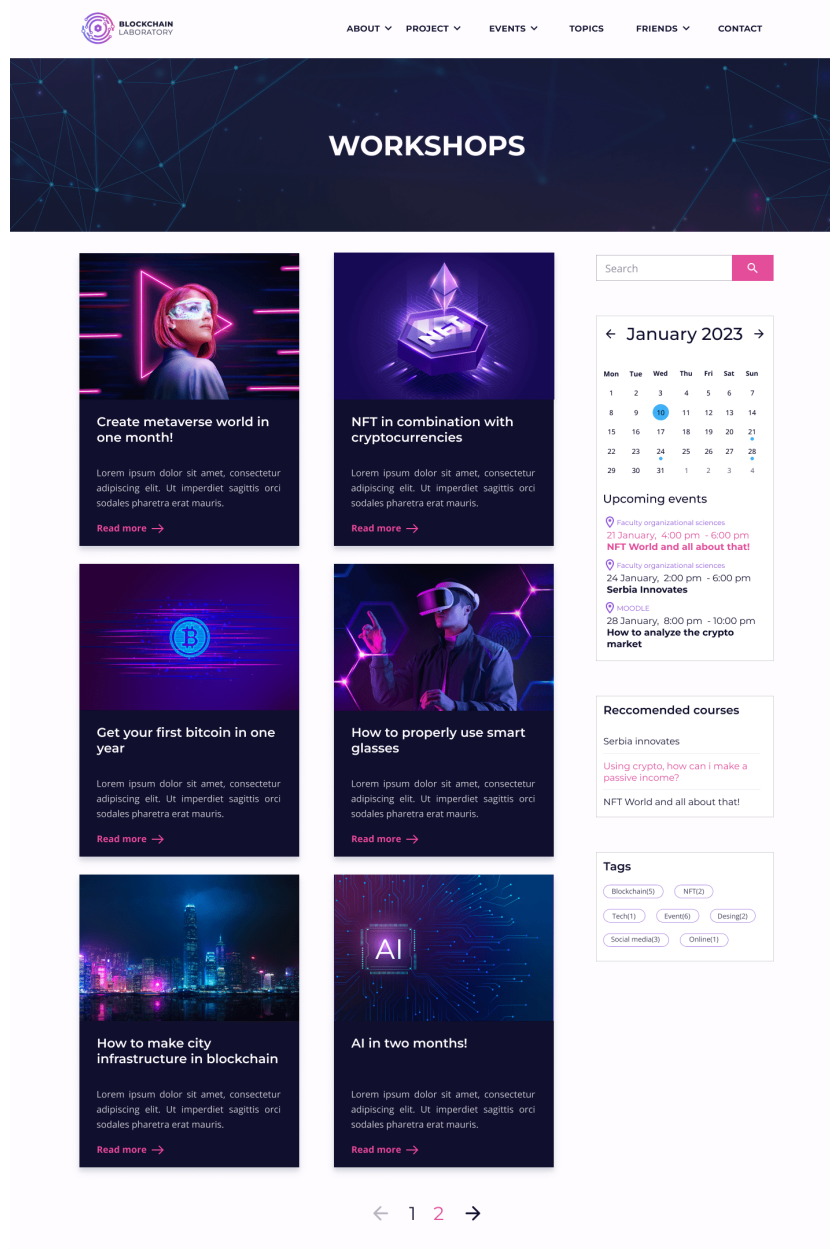
### Agenda

- 18.JAN** **Opening applications**  
Don't miss the opportunity to try your hand at one of the most challenging programming competitions. Gather your team, fill out the form on the website and apply!
- 24.JAN** **Closing applications**  
After the closing of applications, we will contact all registered candidates, and those who pass this round of selection will be given all the necessary information related to the moodle test. Check your emails regularly!
- 27.JAN** **MOODLE Test**  
All teams that have passed the first round of selection will take a knowledge test, so that only the best will participate in the competition. We will announce the results and information about going to the Hackathon as soon as possible.
- 29.FEB** **Soft skills workshop**  
**Boris Vajagic**  
HR SPECIALIST
- 7.FEB** **FON Hackathon**  
The teams will be presented with a problem, after which they will have 48 hours to design and develop their software solution and convince the expert jury that they deserve to win the title of the eighth consecutive FON Hackathon!

Слика 53. Страница са детаљима о *FON Hackathon-у*

- *Workshops*

У оквиру странице *Workshops* налазе се објављени догађаји који се односе на радионице из области *blockchain*-а. На слици 54 је приказана страница са свим радионицама, насловне слике су у истом стилу на сваком објављеном догађају. Са десне стране приказано је поље за претрагу догађаја, календар са догађајима, као и придлазећи догађаји, три препоручене радионице и додељени тагови. Детаљни приказ одабране радионице приказан је на слици 55.



Слика 54. Страница са радионицама



10 DAYS  
6 HRS  
34 MIN

## Create metaverse world in one month!

24.03.2023. Faculty of organizational sciences

[Sign in](#)



## About workshop

Before we can show you how to create your own metaverse, we need to cover the basics. So, what is the metaverse? In its most broad definition, the metaverse is a virtual universe that people can access via electronic devices. Sure, the most advanced metaverse would enable full immersion, including several if not all five senses (think Ready Player One). However, the technology is not there yet for us to experience that kind of immersion.

The "metaverse" term is currently mainly focused on various online projects that exist on top of blockchain technology. The latter introduces the aspect of much sought-after decentralization. Thus, it has the power to make digital platforms censorship-resistant



## Agenda

18.Feb

24.Feb

18.Mar

24.Mar

28.Mar

4:00 PM -  
6:00 PM

### First steps to Metaverse



Marko Savićević  
STUDENT

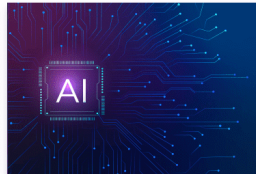
## Related workshops



**How to make city infrastructure in blockchain**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut imperdiet sagittis orci sodales pharetra erat mauris.


[Read more →](#)



**AI in two months!**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut imperdiet sagittis orci sodales pharetra erat mauris.

[Read more →](#)



**How to properly use smart glasses**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut imperdiet sagittis orci sodales pharetra erat mauris.

[Read more →](#)

Слика 55. Детаљи о изабраној радионици

- *SummerSchool*

У оквиру странице *SummerSchool* налазе се објављени догађаји који се односе на курсеве летње школе у организацији Катедре за електронско пословање. На слици 56 је приказана страница са описом циљева школе као и са доступним курсевима, насловне слике су у истом стилу на сваком објављеном догађају. Детаљни приказ одабраног курса приказан је на слици 57.



Слика 56. Страница са курсевима летње школе

10 DAYS

6 HRS

34 MIN

## Management of digital product development

24.03.2023. Faculty of organizational sciences

[Sign in](#)

**Course**

Management of digital product development



## About course

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Odio varius cras varius sollicitudin in pellentesque diam egestas sapien. Faucibus in amet fames velit elementum vel at cras.

Enim, donec donec varius at pellentesque adipiscing hendrerit ac. Et malesuada augue aliquam eget tempus, vulputate iaculis. Rutrum nulla volutpat cursus ut nunc, venenatis. Tempor pellentesque nisl id dui justo magna neque morbi. Felis, neque ornare urna, vitae gravida erat etiam risus mauris, vulputate iaculis. Rutrum nulla volutpat cursus ut nunc, venenatis. Tempor pellentesque nisl id dui justo magna neque morbi. Felis, neque ornare urna, vitae gravida erat etiam risus mauris, vulputate iaculis. Rutrum nulla volutpat cursus ut nunc, venenatis. Tempor pellentesque nisl id dui justo magna.




## Agenda

18.Feb | 24.Feb | 18.Mar | 24.Mar | 28.Mar

4:00 PM -  
6:00 PM

**Intro to product development**



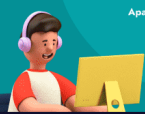
**Nevena Saitović**

STUDENT

## Other courses

**Course**

Management of data flows using the Apache Kafka platform




**Management of data flows using the Apache Kafka platform**

Python's simple, easy to learn syntax emphasizes readability and therefore reduces the cost of program maintena...

[Read more →](#)

**Course**

Salesforce



**Salesforce**

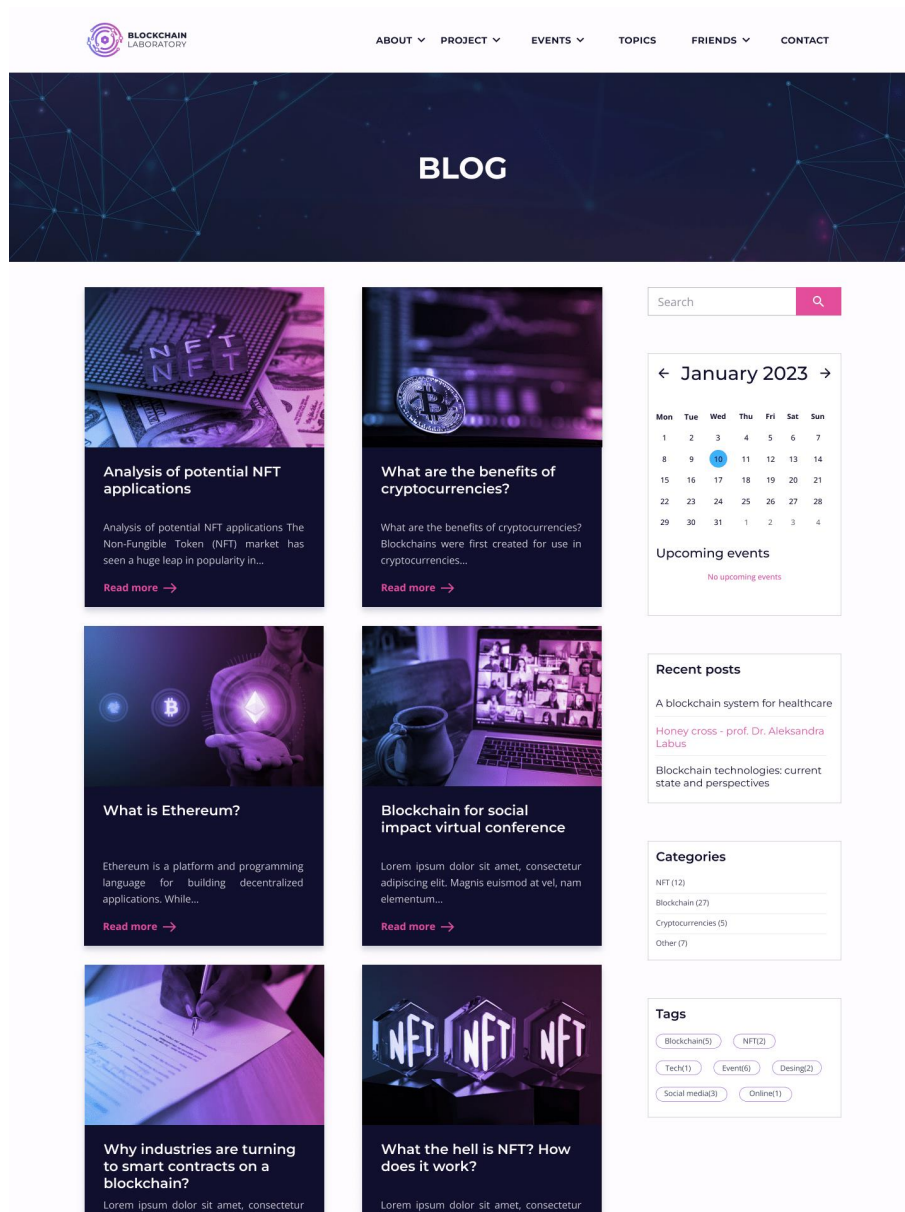
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut imperdiet sagittis orci sodales pharetra erat mauris.

[Read more →](#)

Слика 57. Детаљи о изабраном курсу

## 5.4.5 Теме

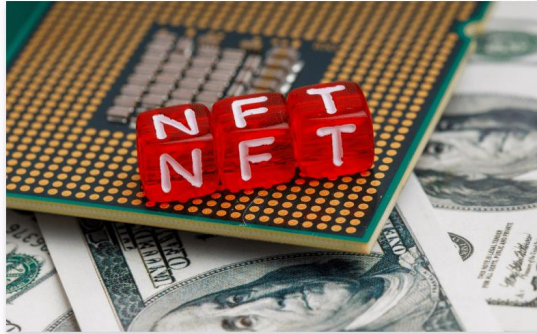
У оквиру странице *Topics* налазе се објављени текстови распоређени у три категорије. На слици 58 је приказана страница блога, насловне слике су у истом стилу на сваком објављеном тексту. Са десне стране приказано је поље за претрагу текстова, календар са догађајима, три последње објављена текста, четири категорије по којима су груписани текстови као и додељени тагови. Детаљни приказ одабраног текста приказан је на слици 59.



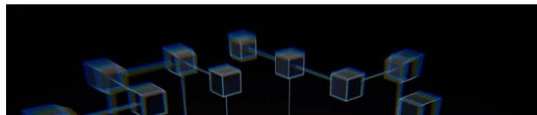
Слика 58. Страница *Topics*

## BLOCKCHAIN

### Analysis of potential NFT applications



The Non-Fungible Token (NFT) market has seen a huge leap in popularity in previous year (2021). Sales of nonfungible tokens have increased from \$82 million in 2020 to \$17.6 billion in 2021 reflecting a huge spike of interest in the new technology. Over 2.4 million new crypto wallet started trading NFTs in 2021, as compared to only 89,000 in 2020. This sudden increase in popularity has attracted huge attention from industrial and scientific communities. It was widely debated whether NFT ecosystems are the next step in the internet evolution, or they will never find their place in the real world. The non-fungible token technology is in its early stage, and currently it is mostly used in collectibles, arts, and gaming industry.



Слика 59. Детаљни приказ одабраног текста

#### 5.4.6 Пријатељи

У оквиру странице *Friends* постоје три линка ка пријатељима лабораторије. Кликом на назив пријатеља, отвара се веб сајт пријатеља у новом прозору. Мени који се приказује преласком миша је приказан на слици 60.

FRIENDS ▾ CONTACT

IEEE Chapter CO16

MI SANU

TomorrowConference

Слика 60. Мени са листом пријатеља лабораторије

## 6 ЗАКЉУЧАК

У овом раду је описан појам визуелног идентитета као и сви његови елементи. Поред тога обрађене су и додирне тачке са корисницима, односно веб сајт, промотивни и канцеларијски материјал. Затим су описани алати за израду визуелног идентитета и корисничког интерфејса. На крају је све то приказано на примеру научно истраживачке лабораторије под називом *Blockchain Laboratory*.

*Blockchain Laboratory* је лабораторија која привлачи студенте заинтересоване за различите области *blockchain*-а. Веб сајт олакшава информисање студената и представља базу свих догађаја које лабораторија организује. Исход креирања дизајна за лабораторију овог типа треба да резултира већим образовањем студената у овој области и да омогући креирање заједнице у којој би се размењивала искуства и мишљења.

Будући правци развоја ће се односити на имплементацију веб сајта и на побољшавању корисничког искуства. Поред тога биће креирана и књига стандарда, као и друштвене мреже лабораторије, заједно са визуалима који ће их чинити..

На крају се може закључити да је дизајн визуелног идентитета, веб сајта и промотивног материјала јако битан за пословање али не и пресудан. Дизајн ће привући нове кориснике и створити почетни утисак, док је на лабораторији да те кориснике задржи квалитетом садржаја који пружа, као и квалитетом организовања курсева и догађаја и тако употпуни целокупан утисак.

## 7 ЛИТЕРАТУРА

Alnasuan, A. (2016). Color psychology. American Research Journal of Humanities and Social Sciences, 1-6.

Breulj, V. (2022). Dizajn vizualnog identiteta poduzeća za proizvodnju Gin-a (Doctoral dissertation, University North. University centre Varaždin. Department of Multimedia, Design and Application).

Dang, L. (2019). Visual branding: A guide to designing visual identity: Case: Plannr. eu.

Katmada, A. (2019). Designing a visual identity for the Industrial Design Lab of ATh.

Sablić, M. (2019). Oblikovanje vizualnog identiteta (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Department of Informatics).

adobe.com (2022)

[<https://www.adobe.com/creativecloud/design/illustrator-vs-photoshop.html>, датум приступа: 09.09.2022.]

Cousins C. (2022) What Is Adobe InDesign (And What Is It Used For?)

[<https://designshack.net/articles/software/what-is-adobe-indesign> , датум приступа: 09.09.2022.]

designlab.com

[<https://designlab.com/figma-101-course/introduction-to-figma/> , датум приступа: 09.09.2022.]

designrush.com

[<https://www.designrush.com/agency/logo-branding/trends/brand-visual-identity>, датум приступа 18.09.2022.]

figma.com (2022) [<https://www.figma.com/figjam>, датум приступа: 12.09.2022.]

Levanier J. (2020) Visual identity: everything you need to know about this essential aspect of branding

[<https://99designs.com/blog/logo-branding/visual-identity/>, датум приступа: 18.09.2022.]

portal.adfinitum.rs (2021)

[[https://portal.adfinitum.rs/2021/03/24/ciljna-grupa-i-kako-je-definisati/?\\_rstr\\_nocache=rstr1636328d5a12026b](https://portal.adfinitum.rs/2021/03/24/ciljna-grupa-i-kako-je-definisati/?_rstr_nocache=rstr1636328d5a12026b), датум приступа: 20.09.2022.]

Shvili V. (2022) Complete Web Design: from Figma to Webflow to Freelancing.

[<https://www.udemy.com/course/freelance-web-design-from-design-to-development-to-making-money/>, датум приступа 20.09.2022.]

wellfedcreatives.com (2021)

[<https://www.wellfedcreatives.com/article/how-to-use-photoshop> , датум приступа: 09.09.2022.]