

Ainekood	IFI7170
Kursuse nimetus	Disain kasutaja kaasamiseks
Subject title	Designing for User Engagement
Kursuse maht EAP	4
Kontakttunde	33
Õpetaja/Teacher	Mati Mõttus
Assessment criteria	<p>Pass/Fail</p> <p>To succeed the course, the students need:</p> <ul style="list-style-type: none"> To be prepared and actively participate in discussion sessions. To present a report of the critical design analysis with UE elements explained in previously agreed volume. <p>Participation in discussions (3) will be assessed individually in form of feedback after the class. The feedback is based on the actual topic and related to individual questions and answers.</p> <p>Critical design analysis must have correct format of scientific article and the analysis must address all discussed aspects of UE.</p>
Hindamis-kriteeriumid	<p>Arvestus</p> <p>Kursuse edukaks läbimiseks peavad osalejad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Olema ettevalmistunud ja aktiivselt osalema seminaril Esitama nõutud mahus kriitilise referaadi kasutaja kaasamise võtetest ette antud interaktiivse toote kohta. <p>Seminaridel (3) osalemist hinnatakse pärast seminari (arutelu), võttes arvesse individuaalseid küsimusi ja vastuseid.</p> <p>Kriitilisel disainianalüüsil peab olema adusartiklile vastav korrektne formaat ning see peab käsitlema kõiki kursusel läbi võetud kasutaja kaasamise võtteid.</p>
Course aims	<ul style="list-style-type: none"> Provide the understanding about the role of User Engagement (UE) in HCI. Explaining the UE oriented design by it's main components: persuasion, trust and emotion. Give an experience of analysing interactive product from the aspects of UE.
Kursuse eesmärgid	<ul style="list-style-type: none"> Anda ülevaade kasutaja kaasamise rollist inimese-arvuti interaktsioonis. Selgitada kasutaja kaasamise mooduseid selle peamiste komponentide kaudu: vaanmine, usaldus ja emotsionaalsus Jagada interaktiivse toote disaini analüüsimise kogemusi lähtuvalt kasutaja kaasamise aspektist.
Short description	This course studies interaction design techniques that enhance user engagement. Closer attention is on three important aspects: persuasion, trust and emotion. These aspects can be used to achieve people's better engagement with information technology.
Lühikirjeldus	Kursusel uuritakse kasutaja kaasamisele suunatud Interaktsioonidisaini. Lähemalt käsitletakse kolme olulise aspekti, mõjutatavuse(veenmise), usalduse ja emotsionaalsuse kasutamist infotehnoloogias
Individual work	<ul style="list-style-type: none"> Preparation for discussion sessions (3) that consists of reading and understanding selected articles about actual topics. Writing the design-critical article about given interactive product. The article should discuss the use of user engagement

	<p>methods. The volume of article: ca 4 pages / 1500 words / 8000 characters. Present the article on 09.05.</p>
Iseseisev töö	<ul style="list-style-type: none"> • Ettevalmistus seminarideks (3), mis seisneb välja valitud temaatiliste artiklite lugemises ja nendest aru saamises. • Disainikriitilise artikli kirjutamine ette antud interaktiivse toote kohta, lähtudes õpitud kasutaja kaasamise võtetest. Artikli maht: ca 4 lehekülge / 1500 sõna / 8000 tähemärki. Artikli esitlus 09.05.
Learning outcomes	<p>After completing the course, students can:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand the role of User Engagement (UE) in HCI. • Recognize the main components of UE in interaction design: persuasion, trust and emotion. • Analyse interactive product from the aspects of UE. • Propose UE-related design suggestions
Õpiväljundid	<p>Kursuse läbinud:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saavad aru kasutaja kaasamise rollist Inimese-arvuti interaktsioonis. • Tunnevad ära kasutajat kaasavas disainis selle põhikomponendid: veenmise, usalduse ja emotsiooni. • Oskavad analüüsida interaktiivset toodet kasutaja kaasamise aspektist lähtuvalt. • Pakkuda välja disainisoovitusi paremaks kasutaja kaasamiseks.
Kohustuslik kirjandus Mandatory Literature	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sutcliffe, A., Designing for User Engagement: Aesthetic and Attractive User Interfaces. Morgan & Claypool, 2009. 2. Norman, D. A. (2002). The psychopathology of everyday things. In Foundations of cognitive psychology core readings (p. 417). doi:10.2307/1423268 3. Fogg, B. J. (2002). Persuasive technology: using computers to change what we think and do. <i>Ubiquity</i>, 2002, 5. doi:10.4017/gt.2006.05.01.009.00
Soovituslik kirjandus Additional Literature	<ol style="list-style-type: none"> 1. Andrews, P. Y. (2012). System Personality and Persuasion in Human-Computer Dialogue. ACM Transactions on Interactive Intelligent Systems. doi:10.1145/2209310.2209315 2. Bardzell, J. Interaction Criticism and Aesthetics. CHI 2009 April 4–9, 2009, Boston, MA, USA. 3. Constantine, L. L. (2006). Trusted interaction: User control and system responsibilities in interaction design for information systems. In CAiSE, pages 20–30. 4. De Angeli, A., Sutcliffe A., Hartmann, J., Interaction, Usability and Aesthetics: What Influences Users' Preferences? DIS 2006, June 26–28, 2006 5. Lindgaard, G., Dudek, C., Fernandes, G., Brown, J. Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression! Behaviour and Information Technology. vol. 25, No. 2, March-April 2006, 115-126 6. Norman, D. A. 2004. Emotional design: Why we love or hate everyday things. New York: Basic Books. 7. Saidin A. Z., Macaulay C., Hine N. 2011. Persuasion knowledge

	<p>toolkit: requirements gathering with designer. In Proceedings of the 25th BCS Conference on Human-Computer Interaction (BCS-HCI '11). British Computer Society, Swinton, UK, UK, 503-508</p> <p>8. Sousa, S., Shmorgun, I., Lamas, D., Arakelyan, A. (2014). A design space for trust enabling interaction design. In: Proceedings of the International Conference on Multimedia, Interaction, Design and Innovation MIDI 2014, Warsaw, Poland, June 24-25, 2014. Warsaw, Poland: ACM, 2014.</p> <p>9. Weber, L. R. and Carter, A. (2003). The social construction of trust, volume 33. Springer.</p> <p>10. Weiksner, G. M., Fogg, B. J., & Liu, X. (2008). Six patterns for persuasion in online social networks. In Lecture Notes in Computer Science (Vol. 5033 LNCS, pp. 151–163). doi:10.1007/978-3-540-68504-3-14</p> <p>11. Xenakis I., Arnellos A., Darzentas J. The functional role of emotions in aesthetic judgment. New Ideas in Psychology 30 (2012) 212–226.</p>
Course content	<p>Contact learning:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 31.01 Concepts of UE, the aspects of UE. 6h <ul style="list-style-type: none"> ◦ Explaining the scope of using UE design. ◦ The psychology of UE. 2. 14.02 The role of persuasion in user engagement. 6h 3. 27.02 Discussion 3h 4. 28.03 The role of trust in user engagement. 6h 5. 10.04 Discussion 3h 6. 24.04 The role of emotions in user engagement. 3h 7. 9.05 Discussion 3h, Conclusive lesson, final presentation. 3h <p>Individual work. Deadlines:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 27.02 Discussion of persuasion 2. 10.04 Discussion of trust 3. 9.05 Discussion of emotions 4. 9.05 Design-critical article
Kursuse sisu	<p>Kontaktõpe:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 31.01 Kasutaja kaasamise põhimõtted ja võtted. 6t <ul style="list-style-type: none"> ◦ Kasutaja kaasamise disaini võimalused ◦ Kasutaja kaasamise psühholoogia 2. 14.02 Veenmise roll kasutaja kaasamiseks. 6t 3. 27.02 Seminar. 3t 4. 28.03 Usalduse roll kasutaja kaasamises. 6t 5. 10.04 Seminar. 3t 6. 24.04 Emotsionaalsuse roll kasutaja kaasamises. 3t 7. 9.05 Seminar 3t. Kursuse kokkuvõte, Lõputöö esitlus. 3t <p>Iseseisva töö tähtajad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 27.02 Veenmise seminar 2. 10.04 Usalduse seminar 3. 9.05 Emotsionaalsuse seminar 4. 9.05 Disaini-kriitiline artikkel