

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 18.04.2020
Ders Kodu HİT112	Ders Adı Grafik Tasarım	Dönem/Yıl Bahar / 1. Sınıf
Ders Dili	Türkçe	AKTS Kredisi 4
Durumu	Zorunlu	
Ön şartlar	Yok	
Dersin Adresi		
Kredi	Teori	Uygulama
3	2	1
Öğretim Üyesi		
Ders Yardımcısı	-----	

Ders İçeriği	Bu dersin içeriğini, iletişim öğrencilerine iletişim endüstrisinde kullanılan bazı yazılımların tanıtılması oluşturur. Ayrıca, bu yazılımlar kullanılarak, öğrencilere bilgisayar destekli tasarım teknikleri de öğretilir. Ders içeriğinde Adobe Photoshop ile grafik tasarımı ve Page Maker programıyla da mizanpaj teknikleri anlatılır
---------------------	--

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Grafik Tasarımın Tarihsel Gelişimi
2	Grafik ve Bilgisayarın kavramsal Olarak Sınıflandırılması
3	Grafik'in yapıları ve unsurları
4	Grafik İletişimin Tasarım İlkeleri
5	Grafik Tasarımın Uygulama Alanları
6	Dijital Tasarım, Bilgisayar Kullanımı
7	Görsel İletişim
8	ARASINAV
9	Tanıtım Ürünleri ve Televizyonda Grafik
10	Kurumsal İmaj
11	Masaüstü Yayıncılık ve Baskı Teknolojisi
12	Markalaşma
13	Kurum Kimliği Oluşturma Uygulaması
14	Dönem Sonu Ödevi Afiş ve İllüstrasyon, Banner ve Portfolyo
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Bilgisayarla Grafik, Münevver Kökür – Eđt. Sağlık ve Bilimsel Arş. Çalışmaları.
Yardımcı Kitaplar	vektörel tabanlı çizim ve görüntü işlem programları, ready set go adobe ıllustrator, freehand, adobe photoshop painter, graphic, converter v.b.

Değerlendirme Ölçütleri	Adet	Adet	Yüzde (%)
	Ara Sınavlar	1	40
	Kısa Sınavlar	-	-
	Ödevler	1	30
	Projeler	-	-
	Dönem Ödevi	-	-
	Laboratuvar	-	-
	Diğer	-	-
	Dönem Sonu Sınavı	1	30
Değerlendirme			

Ölçütleri Hakkında	
---------------------------	--

İçerik Ağırlıkları Yüzdesi (%)	Matematik ve Temel Bilimler	30
	Mühendislik Bilimleri	-
	Mühendislik Tasarımı	30
	Sosyal Bilimler	40

Ders Çıktıları (Kazanımlar)	Grafik Tasarım mantığı ve bakış açısının kazandırılması
Dersin Hedefleri	Bilgisayarla ilgili temel kavramlar. Teknoloji bilim ve sanat arasındaki bilgi alışverişi, çağdaş yaşam ve iletişimle ilişkisi, bilgisayar kullanımı: Bilgisayar ortamında dosya oluşturma, kayıt ve saklama, görsel ve estetik değerlerle birlikte, tipografi düzenlemeleri. Görsel iletişim çalışmaları (Amblem, logo,afiş,billboart, arayüz, banner, kitap kapağı v.b.
Dersin İşleniş Biçimi	

Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi				
Program çıktıları		0	1	2
1	Sosyal bilimler alanında ortaöğretimde kazanılan bilgi, beceri ve yetkinlikler üzerine inşa edilmiş, halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili kavramları ve kavramlar arası ilişkileri açıklar. Daha sonra, bu alanlarda edindiği ileri düzeydeki kavramsal ve uygulamalı bilgileri kullanır			X
2	Bilimsel bilginin üretimi ile ilgili süreçleri yöntem ve teknikleri teşhis eder.			X
3	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili tüm paydaşların iletişim özellikleri ve yaşadığı iletişim sorunları konularında bilgi sahibidir.			X
4	İletişim ortam ve araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilme bilgisine sahiptir.			X
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında faaliyet gösteren kurumların yapısal ve yönetsel özelliklerini tanıır.			X
6	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili özgün fikirleri yaratıcı bir şekilde açıklar. Daha sonra, bu alanlardaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını ya da farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve teknikleri geliştirir ve uygular.			X
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında bireysel ya da grup çalışmalarında sorumluluk alır ve alınan görevleri yerine getirir ya da bağımsız olarak yürütür.			X
8	Bireysel ve ekip üyesi olarak mesleki gelişimine yönelik Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında etkinlikleri planlar ve yönetir.			X
9	Bilgiye ulaşma yollarını bilir, Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip eder ve kullanır.			X
10	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.			X
11	Ulusal ve uluslararası gündemde yer alan olay ve gelişmeleri izler ve yorumlar.			X
12	Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranır			X
13	Toplumsal Sorumluluk bilinciyle yaşadığı sosyal çevre için mesleki proje ve etkinlikler planlar ve gerçekleştirir.			X
14	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarına ilişkin yasa ve mevzuatın bilincinde olur ve bunlara uygun			X

	davranır.			
15	Alanın dinamiklerine bütünleşik bir bakış açısı ile yaklaşabilir; yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirir.			X
Dersin Katkısı: 0:Hiç 1:Kısmi 2:Tümüyle				

Düzenleyen Kişi(ler):

Hazırlanma Tarihi: