



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Görsel İletişim							
Ders Kodu		RTS306		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	1	Uygulama	2	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Görsel iletişimin temel kavramlarını tanıtmak. Tasarım, görsel, işitsel, devinimsel kayıtlarla temel fikir edinme, anlama, görsel izlenim ve anlatım olanaklarını, öğrenmeyi öğrenme çerçevesinde öğrenciyi merkeze alarak gerekli bilgiyi kazandırmaktır.							
Özet İçeriğı		Görsel iletişimin temel kavramlarının tanıtılması. Temel tasarımının tanımı ve kapsamı. Öğrencinin izleme, gözlem yapma, algılama, görsel not alma, inceleme araştırma, yaratma, imgelem, duyumsama, bilgilenme, düşünme, usa vurma, eleştirme, fikir üretme, değerlendirme gibi duygu ve duyumlardan başlayarak tüm duygusal ve düşünsel süreçlerini bütünsel bir şekilde çalıştırarak görsel olarak da çevre ve madde ile yapıcı, düzenlemeci ilişki kurması ve birtakım eşdeğer formlar yaratmasının temellerinin oluşturması.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	50
Derse Katılım (Performans)	1	10

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım (Tevfik Fikret Uçar)
2	Görüntü Estetiğı (Levent Kılıç)
3	Görsel İletişimde Temel Tasarım (Yakup Öztuna)

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin Tanıtılması
2	Teorik	Görsel İletişim ve temel kavramlar
3	Teorik	Görsel iletişimin medya ve diğer sanat alanındaki yeri
4	Teorik	Yaratıcılık. Sanat ve bilimde yaratıcılık.
5	Teorik	Görsel düşünme becerileri
6	Teorik	Görsel İletişimde Anlama ve Anlamlandırma
7	Teorik	Grafik Tasarımda İmgenin Anlamlandırılması
8	Teorik	Tasarım ve Önemi □ Tasarım Süreci
9	Ara Sınav (Vize)	Vize
10	Teorik	İletişimde Tasarımın Önemi
11	Teorik	Reklâm İletişiminde Algılamının önemi
12	Uygulama	Görsel İletişim ve Yazı
13	Teorik	Etik sorunlar
14	Teorik	Görsel İletişimin Geleceğı
15	Teorik	Dersin genel değerlendirmesi

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	0	3	42
Proje	1	40	0	40
Bireysel Çalışma	5	3	0	15
Kısa Sınav	2	4	0	8



Ara Sınav	1	20	0	20
Toplam İş Yüğü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Öğrenci görsel iletişime dair temel kavramları tanıır.
2	Gözlem yapma, algılama, görsel not alma, inceleme ve araştırma evlerini öğrenir
3	Görsel İletişimin günümüz toplumunda ve profesyonel hayattaki yerini kavrar.
4	Tasarımın rastlantısal olmayıp araştırmalar sonucunda elde edilebileceğini öğrenir
5	Görsel iletişim tasarımı alanında dünyadaki örnekleri yorumlar

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanlarına yönelik hukuki düzenlemelerin, yasa ve mevzuatın bilincinde olup, buna uygun davranabilmek
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranabilmek
3	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdeleyebilmek ve kullanabilmek.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve tekniklerini geliştirip, uygulayabilmek.
6	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek.
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişim, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip edip, kullanabilmek
8	Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medya ile ilişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişimi, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplinin ve reklam disiplininin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışmasında yer alabilme, karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim becerilerini elde edebilmek
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar programları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek.
11	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu disiplinlerden yararlanabilmek
12	Bölgesel, ulusal, ve küresel konular/sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak, bunlarla ilgili kanıtlara ve araştırmalara dayalı çözüm önerileri geliştirebilmek ve bunları kamuya anlatabilme becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininden edilen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişimi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilmek.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	5	5	5	5	4
PÇ2	4	5	5	4	4
PÇ3	5	4	5	4	4
PÇ4	5	4	5	4	4
PÇ5	5	5	5	4	5
PÇ6	5	4	4	4	5
PÇ7	5	5	5	5	4
PÇ8	5	5	5	5	5
PÇ9	5	4	5	4	5
PÇ10	5	5	5	5	4
PÇ11	5	4	5	4	5
PÇ12	5	4	5	5	4
PÇ13	5	4	5	4	5

