



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Görsel Estetik							
Ders Kodu		RTS308		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Görsel Algı, Psikoloji ve Görsel Estetik Konuları Hakkında Teorik ve Uygulamalı Temel Bilgi Düzeyini Oluşturmak							
Özet İçeriğı		Görsel algı, görsel psikoloji, görüntü estetiğı, kültürün görüntüye yansıması başlıca konular arasındadır. Öğrencilerin görsel analiz yeteneklerinin ön plana çıkarıldığı derste; reklamcılık, gazetecilik, fotoğrafçılık ve televizyonculuk ve sinemada görşelliğın sunumu örneklerle açıklanmaktadır.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay, Proje Tabanlı Öğrenme, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Berger, John (2008) Görme Biçimleri. Çev.: Yurdanur Salman. İstanbul: Metis Yayınları.
4	Aslan, Umut Tümay (2003) Görsel Olanı Okumak: Eleştirel Görsel Okur-Yazarlık. İletişim: Araştırmaları 1(1) 2003, 39-64.
5	Barnard, Malcolm (2002) Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür (Çev.: G. Korkmaz). Ankara: Ütopya Yayınları

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin Tanıtımı ve Giriş
2	Teorik	Sanat, Zanaat ve Tasarım Üzerine Endüstriyel Dönemler, Tasarım, Teknoloji ve Görsel Üretim Biçimleri Üzerine (Fotoğraf, Film, Video, Yazı, Grafik vb.)
3	Teorik	Performans'ı Tanımlamak: Ritüel ve Oyun Kavramları, Tasarımı Tanımlamak: Estetik ve Fonksiyon Arasındaki İlişki
4	Teorik	Görsel Algı Psikolojisi Gestalt Prensipleri ve Algı Filtreleri ve Algı Eşiğı
5	Teorik	Görsel Endüstride Bilinçaltı Uygulamalar
6	Teorik	Görsel Estetik ve Görsel Efekt Oluşturma Üzerine Mekan, Zaman ve Geri Bakma Etkisi Proje I: Görsel Efekt Oluşturma Çalışması
7	Teorik	Görsel Efekt Oluşturma: Proje Değerlendirmesi
8	Teorik	Vize
9	Teorik	Sanat ve Tasarım Akımları – I
10	Teorik	Sanat ve Tasarım Akımları – II
11	Teorik	Sinema ve Görsel Estetik
12	Teorik	Yeni Medya ve Teknolojilerinde Görsel Estetiğın Kullanımı ve Dönüşümü (AR, VR, 360 vb.)
13	Teorik	Sanat ve Medya Kurumlarını Çözümlemek
14	Teorik	Proje II: Akımlar ve Estetik İlişkisi Üzerine
15	Teorik	Final

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	15	0	3	45
Ödev	2	10	0	20



Okuma	15	0	1	15
Ara Sınav	1	15	0	15
Dönem Sonu Sınavı	1	30	0	30
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	Farklı sanatsal akımları adlandırabilecek
2	Sanat akımlarının temel özelliklerini anlatabilecek
3	Görsel temsil türlerini tanıyabilecek
4	Görsel İletişim Tasarımı ürünlerini estetik bir kullanım dili ile toplumsal medya uygulamaları ile ilişkilendirebilecek
5	Sanat ve görsellik arasındaki ilişkiyi öğrenebilecek

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 ilişkiler 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 disiplininin edinen 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	4	4	4	3	3
PÇ2	4	3	5	3	3
PÇ3	4	3	4	4	4
PÇ4	4	2	4	3	4
PÇ5	2	3	3	4	3
PÇ6	2	4	4	5	3
PÇ7	4	3	4	2	2
PÇ8	5	4	5	5	2
PÇ9	3	3	4	3	3
PÇ10	2	3	5	2	2
PÇ11	3	2	4	3	3
PÇ12	2	4	5	2	3
PÇ13	3	5	5	3	5

