



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

برنامه درسی

(بازنگری شده)

مقطع کارشناسی ارشد

ارتباط تصویری



کارگروه ویژه: هنر

مصوبه هشتصد و چهل و یکمین جلسه شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مورخ ۹۲/۶/۳

بسم الله الرحمن الرحيم

برنامه درسی بازنگری شده مقطع کارشناسی ارشد رشته ارتباط تصویری

کارگروه ویژه: هنر

رشته: ارتباط تصویری

گرایش:

مقطع: کارشناسی ارشد

کد رشته:

شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی، در هشتصد و چهل و یکمین جلسه مورخ ۹۲/۶/۳، برنامه درسی بازنگری شده مقطع کارشناسی ارشد رشته ارتباط تصویری را به شرح زیر تصویب کرد:

ماده ۱: برنامه درسی بازنگری شده مقطع کارشناسی ارشد رشته ارتباط تصویری از تاریخ تصویب برای کلیه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی کشور که مشخصات زیر را دارند، لازم‌الاجراء است:

الف) دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی که زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اداره می‌شوند.

ب) مؤسساتی که با اجازه رسمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و بر اساس قوانین تأسیس می‌شوند و تابع مصوبات شورای گسترش آموزش عالی هستند.

ماده ۲: این برنامه بازنگری شده از تاریخ ۹۲/۶/۳ جایگزین برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته ارتباط تصویری مصوب دویست و هفتاد و نهمین جلسه شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی مورخ ۱۳۷۳/۴/۱۲ شده است و برای دانشجویانی که از این تاریخ به بعد وارد دانشگاه می‌شوند، لازم‌الاجراء است.

ماده ۳: برنامه درسی بازنگری شده مقطع کارشناسی ارشد رشته ارتباط تصویری در سه فصل: مشخصات کلی، جداول دروس و سرفصل دروس برای اجراء به دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی ابلاغ می‌شود.

رأی صادره هشتصد و چهل و یکمین جلسه شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی مورخ ۹۲/۶/۳ درخصوص برنامه درسی بازنگری شده مقطع کارشناسی ارشد رشته ارتباط تصویری:

۱. برنامه درسی بازنگری شده مقطع کارشناسی ارشد رشته ارتباط تصویری که از سوی دانشگاه هنر تهران و هنر اصفهان پیشنهاد شده بود، با اکثریت آراء به تصویب رسید.

۲. این برنامه از تاریخ تصویب به مدت پنج سال قابل اجراء است و پس از آن نیازمند بازنگری است.

حسین نادری منتظر

نایب رئیس شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی



سعید قدیمی

دبیر شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی

فصل اول:

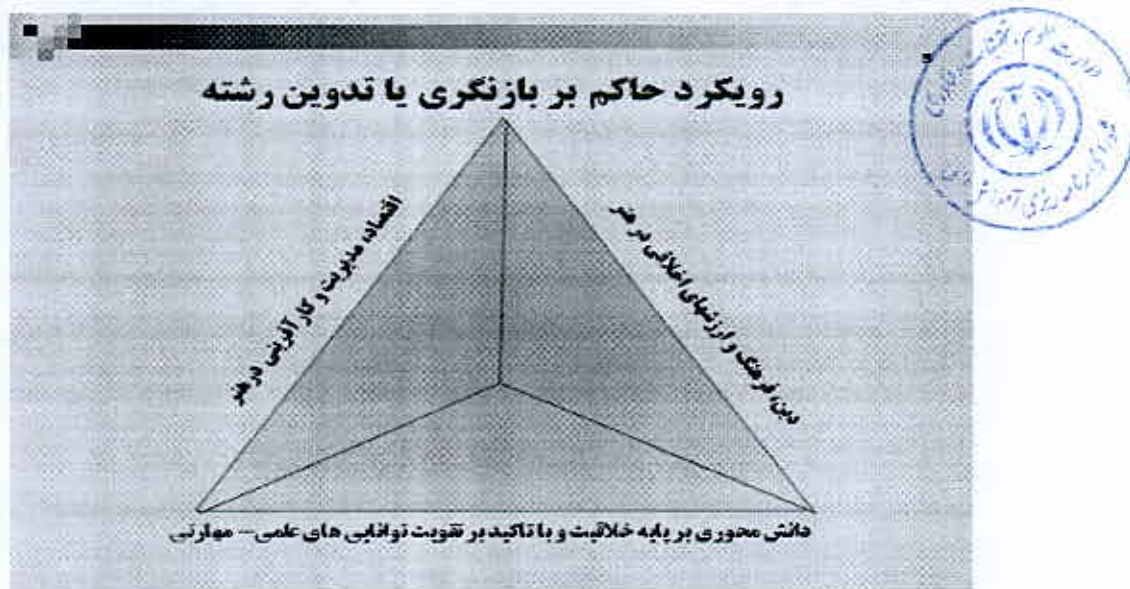


پیش گفتار

از آنجا که مبانی نظری اکثر رشته های هنری، مبتنی بر تفکرات و اصول زیبایی شناسی غربی است، و نیز با توجه به تحولات و پیشرفت های روزافزون علوم، تدوین رشته های هنری و سرفصل های آن، با توجه به نیاز و ضرورت های جامعه امروز امری اجتناب ناپذیر است. این رشته ها که اکثراً زاده تفکر ایرانی- اسلامی هستند، به شناخت جریان های فکری، مبانی دینی و تطابق آنها با جریان های فرهنگی و هنری نیازمندند. محصول نهایی رشته های هنری در مقابل فرهنگ و هنر بیگانه، ناکارآمد و نارسا بوده و از تحولات شتابان جامعه اسلامی به دور است، و این محصول ویژگی های زیر را کمتر همراه خود دارد:

- انعطاف لازم در مقابل تغییرات
- به روز بودن
- جنبه های کاربردی
- آمایش و نیاز سنجی
- غنای محتوایی
- تغییرات ملی، منطقه ای و بین المللی

به همین دلیل رویکرد حاکم بر تدوین این رشته در سه محور خلاصه می شود؛ اول: دانش محوری، دوم: محور دین، فرهنگ و ارزش های اخلاقی در هنر و سرانجام محور سوم: اقتصاد، مدیریت و کارآفرینی در هنر که این سه محور در شکل زیر نشان داده شده است:



با توجه به سه محور فوق شاخص های هر کدام به شرح زیر است:

الف - شاخص ها و سنجه های دانش محوری:

مقصود از دانش محوری و غنی سازی این است که نسبت به جایگاه فعلی علم و فن آوری در جهان، رشد کمی و کیفی مناسبی وجود داشته باشد. بدیهی است غنی سازی اختصاص به علم خاصی نداشته و می تواند در همه علوم طبیعی اعم از علوم پایه، فنی، پزشکی، کشاورزی، دامداری و غیره نیز مطرح شود.

۱. **روزآمدی:** آخرین مطالعات، تحقیقات و دستاوردهای علمی در هر حوزه ای باید مورد توجه باشد و محور آموزش قرار گیرد. برای این منظور منابع متعدد و به روزی به دروس رشته اضافه شده است.

۲. **روش شناسی:** تأکید بایسته روش علمی در هر حوزه ای، و اختصاص واحدهای درسی لازم برای تسلط علمی و کسب مهارت ها، به روش تحقیق مناسب آن حوزه و گسترش روش های تحقیق کمی و کیفی نیازمند است.

۳. **آموزش - پژوهش محور:** در این رشته تأکید بر روحیه پژوهشگری، کنجکاوی، حقیقت جویی و فراهم آوردن زمینه های دانشی، مهارتی لازم چون تفکر خلاق، تفکر انتقادی و ارزیابی بر اساس نورآوری است، نه محفوظات و پاسخ های کلیشه ای.

۴. **نظریه پردازی:** از آنجا که پویایی و موتور محرکه هر علمی در واقع تئوری ها و نظریه های آن علم است، لازم است بحث نظریه پردازی در هر علمی رونق بیشتر، ساماندهی مناسب تر و جهت گیری عمیق تری یابد. در واقع یکی از شاخص های غنی سازی علم، نظریه پردازی و ابداع نظریه های جدید در آن علم است. همچنین توجه به دیدگاه های مخالف نیز ضروری است.

۵. **جامع نگری:** جدایی علوم و شاخه های آن از یکدیگر، غنای لازم را از هر علمی سلب می کند. امروزه بازگشت تدریجی به سمت عناوین میان رشته ای، پاسخی به همین نیاز است. افزون بر لزوم اطلاع رسانی و آگاهی و شناخت از علوم همجوار و نزدیک، لازم است به سمت نگاه جامع و جامع نگری در علوم نیز باشیم تا بتوانیم به صورت یکپارچه نیازهای واقعی انسان را پاسخگو باشیم.

۶. **اهداف نظام آموزشی:** توجه به اهداف نظام آموزشی نیز می تواند بخشی از رشته های درسی، دروس و سرفصل ها را معین نماید. هر چند اهداف نظام آموزشی رابطه نزدیکی با نیازسنجی جامعه دارد، ولیکن همواره منطبق با هم نیست، چرا که اهداف می تواند نیازهای جدیدی را ایجاد کرده یا برخی نیازها را تعدیل نماید؛ البته اهداف آموزشی نیز نیازمند پایش مستمر است.

۷. **گسترش مهارت ها:** امروزه در روان شناسی یادگیری و فراگیری دانش از اکتساب مهارت ها متمایز می شود. از آنجا که دانش به خودی خود در بسیاری از شاخه ها مفید نیست مگر آنکه کارآمدی داشته باشد و در عرصه عمل، بتواند وظیفه خدمت رسانی مناسب را ایفا نماید، می بایست دانشجویان مهارت های لازم را نیز کسب کنند. از این رو نظام آموزشی ما برای جهت گیری به سوی بومی سازی باید به سمت آموزش، گسترش مهارت ها و مهارت آموزی نیز پیش رود تا نتیجه دانش برای کشور مفید واقع شود.

سعی ما بر این است که با استفاده از نظرات متخصصان و صاحبان تجربه در رشته ... بتوانیم به شاخص های فوق دست یابیم.



ب- شاخص های ارزش مداری:

افزون بر محور قبلی، با توجه به فرهنگ و معارف غنی اسلامی و برتری مبانی علوم متبعث از وحی نسبت به علوم موجود، تحول برنامه ها در این بخش نیز ضرورت دارد و بحث ارزش مداری درخصوص تدوین برنامه های درسی قابل بحث است.

۱. بومی سازی:

بومی سازی به معنای سازگاری، تناسب و هماهنگی دانش موجود با فرهنگ، تمدن و جامعه ایران است.

۲. نیازسنجی و آمایش سرزمین:

بدیهی است با توجه به شرایط اقلیمی، جغرافیایی و فرهنگی نیازها، مشکلات و مسائل خاصی در جامعه مطرح شود. براساس پایش ها و پیمایش های لازم این نیازها باید دقیقاً روشن و متناسب با همین نیازها، دانش ها و رشته های مربوطه شکل گیرد؛ در کنار این مسئله باید به سطح بندی مقاطع تحصیلی کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری نیز توجه شود.

۳. شناخت فرهنگ و تمدن ایران- اسلامی:

لازم است در همه رشته ها دانشجویان با میراث گرانبهای علمی و فرهنگی ایران در رشته مربوطه که توسط اندیشمندان گذشته این مرز و بوم به رشته تحریر درآمده، آشنا شوند و آنها را بررسی کنند. البته آشنایی دقیق دانشجویان با تمدن ایرانی- اسلامی ما در گذشته (به ویژه قرن ۴ و ۵ هجری، قبل از حمله مغول) و تحلیل آن به طور کلی برای همه دانشجویان الزامی است و تأثیرات روان شناختی مهمی در خود باوری فرهنگی دارد.

۴. انسان محوری:

از آنجا که انسان اشرف مخلوقات است و جانشین خدا بر روی زمین و با توجه به اینکه در نظام های بزرگ دنیا توسعه پایدار به سمت انسان محوری رفته است، سعی شده در رشته های تدوینی، انسان به عنوان محور اصلی قلمداد شود. چرا که انسان محوری منتج به خدا محوری می شود.

۵. نگاه تربیتی:

در همه رشته ها و سرفصل ها باید نگاه تربیتی و اخلاق حرفه ای به گونه ای با متون درسی عجین شود؛ زیرا از منظر اسلام هدف مهم علوم همین بعد تربیتی انسان هاست که امروز مغفول واقع شده است. برای دستیابی به محور ارزش مداری سعی شده است دو کار ویژه صورت گیرد: اول اینکه دروس پایه و نیز پروژه های دانشجویان با رویکرد ارزش مداری مورد تدوین مجدد قرار گیرد و دوم اینکه در دوره کارشناسی ارشد با دو درس مبانی زیباشناسی هنر و مبانی جامعه شناسی هنر گامی در این محور برداشته شود.

ج- شاخص های اقتصاد، کارآفرینی و مدیریت:

افزون بر دو محور قبلی برای دستیابی به اهدافی همچون: ایجاد زمینه شکوفایی استعدادها، ایجاد خلاقیت، ابتکار و فراگیری، توانمندسازی دانش آموختگان آموزش عالی به منظور کارآفرینی و ورود به بازار کار و نیز ایجاد ارتباط مؤثر بین دانشگاه ها و دستگاه های اجرایی، بخش های غیر دولتی، در جهت ارتقای مهارت ها و به کارگیری یافته های علمی در جامعه، لازم بود محور دیگری با عنوان اقتصاد، کارآفرینی و مدیریت با شاخص های زیر در نظر گرفته شود:



۱. **کسب مهارت ها:** نقطه ضعف دانش آموختگان مراکز آموزش عالی عدم کسب مهارت های لازم در زمینه آموخته ها و دانش های فراگرفته در دوران تحصیل است. توانمند سازی و امکان به کارگیری آموخته های تخصصی در زمینه رشته های تحصیلی از شاخص های مهم این محور است.

۲. **نوآوری و خلاقیت در بازار کار:** اگر توانایی های ذهنی برای ایجاد یک تفکر جدید یا مفهومی جدید را خلاقیت و به کارگیری و تجلی آن فکر و توانایی ذهنی را نوآوری بدانیم، این دو خصلت از جمله شاخص های هستند که باید مورد نظر جدی قرار گیرند.

۳. **منافع اقتصادی:** یکی از مواردی که انجام یک عمل و داشتن مهارت را پایدار و مستمر خواهد ساخت توجه به منافع اقتصادی آن عمل و مهارت است؛ چه بسا مهارت ها و هنرهایی که به دلیل نداشتن منافع اقتصادی مناسب به یوته فراموشی سپرده شده اند و دیگر وجود خارجی ندارند. لذا این شاخص باید مورد توجه قرار گیرد.

۴. **کاربردی بودن:** حلقه ارتباطی و پیوند دانش با جامعه، و امکان کاربردی بودن و کاربردی شدن یک دانش، در محیط پیرامون است. معارف بسیاری در حوزه علوم اجتماعی کسب می شوند که امکان به کارگیری آن در صحنه اجتماع فراهم نیست؛ این گونه معارف و دانش ها به تدریج در یک چهارچوب نظری و تئوری باقی مانده و هیچ گاه ما به ازاء عینی برای نتایج آن فراهم نمی شود.

برای دستیابی به محور فوق دو کار ویژه صورت گرفت: یک، برنامه ریزی در جهت تجاری سازی و ورود محصولات و پروژه های دانشجویان به بازار کار، دو، اضافه کردن سه درس، مبانی و اصول علم اقتصاد، مبانی کارآفرینی و مبانی سازمان مدیریت در دوره کارشناسی و دو درس اقتصاد هنر و کارآفرینی هنر در دوره کارشناسی ارشد در رشته

این برنامه درسی شامل فصل های زیر است:

فصل اول: جدول های درسی شامل: دروس الزامی و اختیاری.

تعداد واحدهای الزامی: ۲۰ واحد

تعداد واحدهای اختیاری: ۶ واحد

پایان نامه: ۶ واحد

فصل دوم: جدول رویکرد محورهای سه گانه تدوین رشته که با توجه به شاخص های هر محور مشخص می کند که هر درس کدام یک از شاخص ها را داراست.

فصل سوم: سرفصل دروس است که برای هر درس یک شناسنامه کامل شامل: کد درس، عنوان درس، تعداد و نوع واحد درسی، پیش نیاز، هم نیاز، روش ارزیابی، روش تدریس، نیاز به سفر، هدف درس، رئوس مطالب و مهم تر از همه، منابع آن درس را مشخص می کند.



فصل دوم:

جداول دروس



۱. دروس الزامی:

شماره درس	عنوان درس	تعداد واحد				تعداد ساعت کلاس				دروس پیشین	دروس همیار
		نظری	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	نظری	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی		
۱	ارتباط تصویری تخصصی ۱ (گرافیک رسانه های چاپی)	۱	۳			۱۶	۹۶				
۲	ارتباط تصویری تخصصی ۲ (رسانه های الکترونیک و چندرسانه ای)	۱	۳			۱۶	۹۶				
۳	ارتباط تصویری تخصصی ۳ (گرافیک محیطی)	۱	۳			۱۶	۹۶				
۴	روش تحقیق در هنر	۲				۳۲					
۵	گرافیک و هنر جدید	۱	۲			۱۶	۶۴				
۶	اصول دیزاین	۱	۲			۱۶	۶۴				
۷	پایان نامه										
جمع کل		۷	۱۳			۱۱۲	۴۱۶				

پایان نامه	۶ واحد	
------------	--------	--



۲. دروس اختیاری:

[illegible]

جدول ارزش گذاری شاخص های دانش محوری، ارزش مداری و کار آفرینی



اقتصاد مدیریت و کارآفرینی			ارزش مداری					دانش محوری						نام درس	ردیف
کاربردی بودن	منافع اقتصادی	نوآوری و خلاقیت در بازار کار	کسب مهارت ها	نگاهتر پیشی	انسان محوری	شناخت فرهنگ و تمدن ایرانی- اسلامی	نیازسنجی و آمایش سرزمین	بوم- سازی	گسترش مهارت ها	اهداف نظام آموزشی	جامد گری	نظریه پردازی	آموزش- پژوهش و	روشناسی	روزآمدی
+		+	+		+				+	+	+			+	+
		+	+		+				+		+			+	+
+		+	+	+	+					+	+	+		+	+
+		+	+						+	+	+			+	+
+		+	+		+				+		+			+	+
+		+	+		+					+	+			+	+
+		+	+		+					+	+			+	+



۸	رایانه در گرافیک	+	+		+	+	+									+	+		+
۹	رسانه‌های نوین بصری		+		+	+	+	+				+				+	+		+
۱۰	گرافیک خبری		+		+	+	+	+				+				+	+		+
۱۱	زبان تخصصی	+			+			+								+	+		
۱۲	ارتباط شناسی	+	+													+	+		+



جدول افتراق رشته

قدیم با جدید



شرح درس قدیم	شرح درس جدید	ردیف	شرح درس قدیم				شرح درس جدید				
			عنوان درس	نوع درس	تعداد منابع درس	تعداد واحد	عنوان درس	نوع درس	تعداد منابع درس	تعداد واحد	
											تئوری
۱	کارگاه تخصصی ارتباط تصویری ۱ (زبان و بیان تصویر)	۱	۱	۳	اصلی	ندارد	ارتباط تصویری تخصصی ۱ (گرافیکی) رسانه‌های چاپی	۱	۳	اصلی	۷
هدف برنامه فنی، به صورت غیر شفاف و همراه با کلی گویی غیر مشخص است و تکلیف دانشجو و استاد در آن روشن نیست؛ ولی در برنامه پیشنهادی جدید، متعلقه مورد گفت و گو در سراسر ترم، به صورت دقیق و مشخص، رسانه های چاپی است و چگونگی تمرینات هم حتی تعیین شده است. در سرفصل فنی نیز اهدافی وجود دارد و تمرینهای آزاد با انواع چاپ مرتبط با گرافیک، عملکرد شخصی را بیان نمی کند و معلوم نیست یعنی چه. یا در سطر بعد، تمرین های آزاد، محدوده مشخص ندارد و تقریباً تمام آثار گرافیکی را شامل می شود. و با «انجام نمونه هایی از طرح و اجرا و پرداخت گرافیکی، یعنی چه» از این ها گذشته، تغییرات بسیاری که نشر دومتری در											



این درس جدید، با هیچ کدام از دروس اختیاری مصوب ۱۳۶۹ مشابهت ندارد و همان گونه که از نام آن برمی آید، مرتبط با جدیدترین شیوه‌های ارتباط با مخاطب در رسانه‌های دیداری دمه‌های اخیر می باشد.	7	اختیاری								رسانه های نوین بصری	2						۹
با توجه به در نظر گرفته نشدن این مبحث در دروس مصوب ۱۳۶۹، امکان مقایسه وجود ندارد؛ اما شک نیست که امروزه گرافیک خبری و اطلاع رسان و این وجه از کاربرد گرافیک اهمیت ویژه و روز افزونی دارد و وجود این درس با سرفصلی که برای آن پیشنهاد شده است، می تواند کاربردی و سودمندی لازم را داشته باشد.	11	اختیاری								گرافیک خبری	2						۱۰
	2	اختیاری								زبان تخصصی	2						۱۱



فصل سوم:

سرفصل و برنامه دروس



دروس الزامی



شماره درس: ۱ نام درس: ارتباط تصویری تخصصی ۱ (گرافیک رسانه‌های چاپی)

نام انگلیسی: Graphic Design I (Graphics For Print Media)

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ---۱	تعداد واحد عملی: ---۳	تعداد واحد کارگاهی: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: ---
تعداد ساعت: ---۳۲	تعداد ساعت: ---۹۶	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---
نوع درس			
جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☒ تخصصی ☐ اختیاری ☐			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس هم‌نیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پروژه عملی دارد؟	
بله ☐ خیر ☒	بله ☐ خیر ☒	بله ☒ خیر ☐	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟	بله ☐ خیر ☐		
روش تدریس:			

هدف درس:

آشنایی و شناخت آثار گرافیکی که در محدوده رسانه های چاپی قرار می گیرند و چگونگی طراحی و اجرای نسخه آماده برای چاپ این آثار (پوستر، بیلبرد، تبلیغ مجله ای، تبلیغ روزنامه ای، کاتالوگ و بروشور، بسته بندی و ... از جمله این آثار هستند)

رئوس مطالب:

- مروری بر مفاهیم کلی مورد نیاز در ارتباط تصویری مانند: فرم، رنگ، ریتم، بافت، کادر و فضا، راستاها، ... و نیز مواردی مانند: پیام، ارتباط، تبلیغ و انواع آن، ...
- تبلیغات تجاری و روش های دستیابی به نمونه های موفق آن و انجام تمرین در این مورد.
- جدیدترین تحولات دنیا در زمینه پوستر و بیلبرد و آشنایی با مکاتب موفق طراحی پوستر در دنیا
- چگونگی طراحی و صفحه آرایی کاتالوگ و بروشور و انجام تمرین در این مورد
- چگونگی طراحی و اجرای بسته بندی کالا و انجام تمرین در این مورد. پ
- تبلیغات محیطی چاپی و انجام تمرین در مورد آن.



- تبلیغات سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و انجام تمرین در موارد چاپی آنها.

منابع اصلی:

- Livingston, Alan & Isabella (1994): Encyclopedia of Graphic Design and Designers: Thames and Huddson publishing.
- Ball, M.S. & smith, G. (1992): Analyzing visual datas UK: Sage Publications Ltd.
- Land, Robin (2004); Advertising by Design ; USA: John Wiley & sons Pub.
- Williamson, Judith (2004), Decoding advertisement: Ideology and meaning of advertising ; UK : Marion Boyars Publishers.
- Chumpitaz, Luis (2009) ; Information Graphic ; Spain: SNDE
- Dondis, Donis A. (1973); A primer of Visual Litaracy; USA, MIT Press.
- Brockmann, Josef Muller (1968), The Graphic Artist & his Design problems; Switzerland: Buchdrukenei R. Weber.



شماره درس: ۲ نام درس: ارتباط تصویری تخصصی ۲ (رسانه‌های الکترونیک و چندرسانه‌ای)

نام انگلیسی: Graphic Design II (Electronic Media & Multi-Media)

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۱- تعداد ساعت: ۳۲	تعداد واحد عملی: ۳- تعداد ساعت: ۹۶	تعداد واحد کارگاهی: --- تعداد ساعت: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: --- تعداد ساعت: ---
نوع درس			
جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☒ تخصصی ☐ اختیاری ☐			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس هم‌نیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟ بله ☐ خیر ☒	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟ بله ☐ خیر ☒	آیا پروژه عملی دارد؟ بله ☒ خیر ☐	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟ بله ☐ خیر ☒		روش تدریس:	

هدف درس:

آشنایی با رسانه‌های نوری به طور کلی و رسانه‌های الکترونیک و صفحات وب و چند رسانه‌ای (مولتی مدیا) و چگونگی کاربرد گرافیک در اینها.

رئوس مطالب:

- آشنایی با جلوه‌های بصری در رسانه‌های نوری و سایر امکانات و ویژگیهای این رسانه‌ها.
- آشنایی با گرافیک حرکتی MOTION GRAPHIC و امکانات آن.
- آشنایی با انواع رسانه‌های الکترونیک.
- آشنایی با صفحات وب و امکانات آن.
- آشنایی با چند رسانه‌ای (مولتی مدیا)
- انجام پروژه‌های عملی برای موارد فوق الذکر.



منابع اصلی:

- Burkhardt, Francois (2005): Design and avant postmodern, Damus Publishing Co.
- Popper. F. (1993): Art of Electronic Age, Harry N. Abrams.
- Sperka, M. (2005); Graphic Designin Age of Interactive media ; Available from:
<http://www.newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd-0516.pdf/online/ht{oct5,2009}>
- Foulger, Davis (2003), New media design and consulting, last updated june 10, Retrived from:
<http://www.evolutionarymediacom/content/cgi-bin/wikicgi>. New Media Design And Consulting, bviewtemplate, html.



شماره درس: ۳ نام درس: ارتباط تصویری تخصصی ۳ (گرافیک محیطی)

نام انگلیسی: Graphic Design III (Enviromental Graphic)

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۱	تعداد واحد عملی: ۳	تعداد واحد کارگاهی: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: ---
تعداد ساعت: ۱۶	تعداد ساعت: ۹۶	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---
نوع درس			
جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☒ تخصصی ☐ اختیاری ☐			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس هم نیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پروژه عملی دارد؟	
بله ☐ خیر ☒	بله ☐ خیر ☒	بله ☒ خیر ☐	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟		بله ☐ خیر ☒	
روش تدریس:			

هدف درس:

آشنایی با گرافیک محیطی در فضاهای باز OUT DOOR و فضاهای سر بسته IN DOOR و نیز تبلیغات محیطی که شاخه گسترده و وسیعی از گرافیک محیطی است و علائم، طرح ها، حجم ها و حروف و نوشته هایی که در محیط به کار می روند و انجام کار عملی در این موارد.



رئوس مطالب:

- آشنایی با پیشینه گرافیک محیطی.
- آشنایی با حضور گرافیک محیطی در فضاهای باز و نیز سر بسته زندگی شهرنشینی.
- آشنایی با نمونه های موفق آثار و موارد گرافیک محیطی در دنیا و ایران.
- چگونگی کاربرد حروف در محیط از نظر اندازه، شخصیت بصری حروف و فاصله های آن ها.
- شناخت حروف لاتین و فارسی مناسب برای گرافیک محیطی.
- چگونگی کاربرد علائم و رنگ ها در محیط.

- آشنایی با مبلمان شهری و نقش گرافیک در زیباسازی آن.
- آشنایی با تبلیغات محیطی که بخش مهمی از گرافیک محیطی است.
- انجام تمرینات به صورت کار عملی برای تمام موارد مطروحه.

منابع اصلی:

- Chumpitaz, Luis (2009): Information Graphic; Spain SNDE.
- Hanson, Bill (1984): The Social Logic of Space; UK: Cambridge University Press.
- Stiny, G. (1985); Spatial Systems in Architecture and Design; Calif: Ariadne Press.
- Land, Robin (2004), Advertising by Design, USA: John Wiley & Sons Pub.
- Muybridge, Eadweard (1995); The human figure in motion; New York University Press;



شماره درس: ۴ نام درس: روش تحقیق در هنر

نام انگلیسی: Methods of Research on Art

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۲	تعداد واحد عملی: ---	تعداد واحد کارگاهی: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: ---
تعداد ساعت: ۳۲	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---
نوع درس			
☐ جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☒ تخصصی ☐ اختیاری			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس هم‌نیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پروژه عملی دارد؟	
☐ بله ☒ خیر	☐ بله ☒ خیر	☐ بله ☒ خیر	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟		☐ بله ☒ خیر	
روش تدریس:			

هدف درس:

آشنایی دانشجویان با شیوه‌های تحقیقاتی در زمینه هنرهای تجسمی از جمله تصویرسازی و ارتباط تصویری و آشنایی آن‌ها به نگارش مقاله علمی-پژوهشی و پایان‌نامه با روش علمی.

رئوس مطالب:

- بحث در باب کلیات روش‌های تحقیق در علوم انسانی و به ویژه تحقیقات بنیادی و کاربردی که در هنرها مورد نظر است
- بحث درباره ویژگی‌های انتخاب موضوع و طرح سوالات و اهداف و فرضیه و خصوصیات عمومی موضوع
- ارزیابی موضوع و ارائه‌ی طرح اولیه به منظور شروع تحقیق در باب موضوع
- بحث در باب طرز یادداشت‌برداری و فیش‌گذاری و پالایش فیش‌ها و غیره
- بحث درباره‌ی نظام‌های ارجاعی و مستندسازی بین‌المللی
- بحث در باب نگارش موضوع، خواه مقاله علمی-پژوهشی و خواه پایان‌نامه

منابع اصلی:

- اسلید ۱۳۸۷ سبک و شیوه، ترجمه خانم شهیدی، تهران، آگه
- سمعی گیلانی، احمد، ۱۳۸۱ آیین نگارش و ویرایش، تهران، سمت

شماره درس: ۵ نام درس: گرافیک و هنر جدید

نام انگلیسی: Graphic & New Art

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۱ تعداد ساعت: ۱۶	تعداد واحد عملی: ۲ تعداد ساعت: ۶۴	تعداد واحد کارگاهی: --- تعداد ساعت: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: --- تعداد ساعت: ---
نوع درس			
☐ جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☐ تخصصی ☐ اختیاری			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس هم‌نیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟ ☐ بله ☐ خیر	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟ ☐ بله ☐ خیر	آیا پروژه عملی دارد؟ ☐ بله ☐ خیر	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟ ☐ بله ☐ خیر			
روش تدریس:			

هدف درس:

آشنایی با جریان‌ها و تحولات جدید در هنرهای تجسمی معاصر جهان و تعامل آن با هنر ارتباط تصویری

رئوس مطالب:

- بررسی جریان‌ها و تحولات هنر معاصر بر اساس تحولات رسانه‌ای و تکنیکی
- بررسی تعامل میان‌رشته‌ای در هنرهای تجسمی معاصر و رابطه آن با ارتباط تصویری
- آشنایی با ویژگی‌ها و امکانات هنر دیجیتال، شبکه، وب‌نو، نور، صدا و هکس در رابطه و تعامل با هنر ارتباط تصویری
- بررسی ویژگی‌های ارتباط تصویری و تجسمی در هنرهای چند رسانه‌ای معاصر
- آشنایی با ویژگی‌ها و امکانات هنر محیطی و نحوه تعامل آن با محیط و مخاطب

منابع اصلی:

- اسماگولا، هوارد جی. ۱۳۸۱ گرایش‌های معاصر در هنرهای بصری، ترجمه فرهاد غبرایی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی تهران
- لوسی اسمیت، ادوارد. ۱۳۸۱ آخرین جنبش‌های هنری قرن بیستم، ترجمه علیرضا سمیع آذر، نظر، تهران

- راش، مایکل. ۱۳۸۹ رسانه‌های نوین در هنر قرن بیستم، ترجمه بیتا روشنی، نظرا، تهران



شماره درس: ۶ نام درس: اصول دیزاین

نام انگلیسی: Design Grammar

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۱ تعداد ساعت: ۱۶	تعداد واحد عملی: ۲ تعداد ساعت: ۶۴	تعداد واحد کارگاهی: --- تعداد ساعت: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: --- تعداد ساعت: ---
نوع درس			
☐ جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☒ تخصصی ☐ اختیاری			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس هم‌نیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا پروژۀ عملی دارد؟ ☐ خیر ☒ بله	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟ ☐ خیر ☒ بله	آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟ ☐ بله ☒ خیر	آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟ ☐ بله ☒ خیر
روش تدریس:			

هدف درس:

آشنایی دانشجویان با اصول دیزاین در رشته ارتباط تصویری

رئوس مطالب:



- شناخت علمی دیزاین
- شناخت فرم
- بررسی ساختارها
- تشابه و تغییر تدریجی منظم Gradation
- قرابت در دیزاین و کاربرد آن
- شناخت کمناست‌ها، بافت‌ها و جنسیت‌ها

منابع اصلی:

Two Dimentional Design تجربیات ۵۰ ساله مستقیم و غیر مستقیم

دروس اختیاری



شماره درس: ۷ نام درس: پیش از چاپ، چاپ، بعد از چاپ

نام انگلیسی: Pre Print, Print, After Print

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۲	تعداد واحد عملی: ---	تعداد واحد کارگاهی: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: ---
تعداد ساعت: ۳۲	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---
نوع درس			
جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☐ تخصصی ☐ اختیاری ☐			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس هم‌نیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پروژه عملی دارد؟	
بله ☐ خیر ☒	بله ☒ خیر ☐	بله ☐ خیر ☒	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟		بله ☐ خیر ☐	
روش تدریس:			

هدف درس:

یادگیری آماده کردن مناسب ارزشیال قابل چاپ اثر گرافیک و چگونگی لیتوگرافی و چاپ آن و آشنایی با مواد و روکش های بعد از چاپ و برش اثر یا تا و ترتیب و صحافی آن.



رئوس مطالب:

- آشنایی با نرم افزارهای مناسب برای آماده سازی ارزشیال آثار مختلف گرافیک.
- چگونگی آماده سازی ارزشیال برای دستیابی به نتیجه بهتر در چاپ.
- آشنایی با چاپ افست و سایر چاپ های رایج در صنعت چاپ کشور.
- آشنایی با عواملی که در دستیابی به نتیجه بهتر در فرایند چاپ به کار گرفته می شوند (مانند: کاغذ، مرکب، ...)
- آشنایی با ورنی سرد، ورنی داغ، روکش یووی مات، روکش یووی براق، سلفون، ترموگرافی و معایب هر یک از این ها و کاربردها.

- آشنایی با تا و ترتیب و انواع شیوه های صحافی.

منابع اصلی:

شماره های مختلف نشریه PRINT

شماره های مختلف نشریه صنعت چاپ

- افشار مهاجر، کامران (۱۳۷۹)؛ گرافیک مطبوعاتی؛ تهران: انتشارات سمت.
- افشار مهاجر، کامران (۱۳۸۸)؛ گرافیک در صنعت نشر؛ تهران: انتشارات سمت
- افشار مهاجر، کامران (۱۳۸۷)؛ گرافیک تبلیغات چاپی در رسانه ها؛ تهران: انتشارات سمت
- دانشور، هوشنگ (۱۳۷۰)؛ صنعت چاپ؛ چاپ دوم، تهران: سازمان جغرافیایی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح.



شماره درس: ۷ نام درس: رایانه در گرافیک

نام انگلیسی: Computer in Graphic

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۲	تعداد واحد عملی: ۱	تعداد واحد کارگاهی: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: ---
تعداد ساعت: ۱۶	تعداد ساعت: ۳۲	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---
نوع درس			
جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☐ تخصصی ☐ اختیاری ☐			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس هم نیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پروژه عملی دارد؟	
بله ☐ خیر ☐	بله ☐ خیر ☐	بله ☐ خیر ☐	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟			
بله ☐ خیر ☐			
روش تدریس:			

هدف درس:

آشنایی و فراگیری چگونگی کاربرد رایانه در طراحی و اجرای آثار گوناگون گرافیک

رئوس مطالب:

- معرفی نرم افزارهای وکتور و کاربرد آن در اجرای آثار گرافیک
- معرفی نرم افزارهای بیت مپ و کاربرد آن در طراحی و اجرای آثار گرافیک
- رایانه در اجراهای گرافیک سه بُعدی
- ترسیمات دو بُعدی و طریقه ویرایش اشکال دو بُعدی
- مدل سازی سه بُعدی
- آشنایی با جلوه های بصری گرافیکی
- شبیه سازی تخصصی در زمینه های مختلف



- طراحی پوسترها و آرمهای سه بُعدی

- طراحی تیتراژ سه بُعدی

- تایپوگرافی دو بُعدی و سه بُعدی

- ارائه نهایی

منابع اصلی:

- Babbie, E. (1995); The practice of social research, (7th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Bradac, J.(Ed.) (1989); Message effects in communication science, Newbury Park, CA: Sage.
- Budd, R.W. Thorp, R.K. & Donohew, L. (1969). Content analysis of communication. New York: Macmillan.
- Krippendorff, W.J.Paisley, & P.J. Stone (Eds.) The analysis of communication content ; New York: Willey & sons.
- Foulger, Davis (2003), New media design and consulting, Last updated June 10, Retrived from:
<http://www.evolutionarymediacom/content/cgi-bin/wikicgi.NewMediaDesignAndConsulting,bviewtemplate,html>
- Wood, Julia T. (2000); Communication Theories in action Wadsworth.
- Muybridge, Eadweard (1995); The human figure in motion ; New York University press; 1995.
- Yin, Robert (1994); Case study Research: Design and Methods ; 2nd ed. Calif. Sage publications;



شماره درس: ۸ نام درس: رسانه‌های نوین بصری

نام انگلیسی: Visual Modern Media

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۲	تعداد واحد عملی: ---	تعداد واحد کارگاهی: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: ---
تعداد ساعت: ۳۲	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---
نوع درس			
☐ جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☐ تخصصی ☐ اختیاری ☐			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس هم‌نیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟	آیا پروژه عملی دارد؟	
بله ☐ خیر ☐	بله ☐ خیر ☐	بله ☐ خیر ☐	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟		بله ☐ خیر ☐	
روش تدریس:			

هدف درس:

آشنایی با رسانه‌های نوین بصری و چگونگی عملکرد آنها

رئوس مطالب:



- رسانه‌های دیداری (بصری)
- پیشینه رسانه‌های دیداری
- رسانه‌های دیداری در دو دهه اخیر
- چگونگی کاربرد و حضور گرافیک در رسانه‌های نوین بصری
- نمونه‌های موفق رسانه‌های نوین بصری در دنیا و چگونگی تأثیرگذاری آنها
- نمونه‌های موفق رسانه‌های نوین بصری در ایران و چگونگی تأثیرگذاری آنها
- گرافیک سه بعدی

- گرافیک حرکتی (MOTION GRAPHIC)

- مدل سازی سه بعدی

انواع نورپردازی در محیط سه بعدی

منابع اصلی:

- Land. Robin (2004); Advertising by Design , USA: John wiley & Sons Pub.
- Mc Quail, Denis (1994); Mass Communication Theory, London: Sage Publication.
- Stuart, David (1996). A Smile in the Mind , London: phaidon.
- Williamson, Judith (2004), Decoding advertisement: Ideology and meaning of advertising; UK: Marion Boyars Publishers.
- Sperka, M. (2005); Graphic design in age of interactive media ; Available from:
[http://www.newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd.0516.pdf/online/ht\[oct5,2009\]](http://www.newmedia.yeditepe.edu.tr/pdfs/isimd.0516.pdf/online/ht[oct5,2009])
[http://wikimedia-cultureorg.au/index.php/user:Amyrabinson\[15oct,2009\]WebseterN0,2007,websterDictionary,Johnwiley&Sons.](http://wikimedia-cultureorg.au/index.php/user:Amyrabinson[15oct,2009]WebseterN0,2007,websterDictionary,Johnwiley&Sons.)
<http://www.mattfrantz.com>
- Ball, M.S. & Smith, G. (1992); Analyzing visual data ; UK: Sage Publications Ltd.
- Gtiffin, E. (2008); A first look at communication theory. Retrieved 8 August 2010, from <http://www.afistlook.com/docs/hierarchy.pdf>



شماره درس: ۹ نام درس: گرافیک خبری

نام انگلیسی: Information Graphic (Info Graphic)

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۲	تعداد واحد عملی: ---	تعداد واحد کارگاهی: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: ---
تعداد ساعت: ۳۲	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---
نوع درس			
جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☐ تخصصی ☐ اختیاری ☐			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس همنیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟ بله ☐ خیر ☒	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟ بله ☒ خیر ☐	آیا پروژه عملی دارد؟ بله ☐ خیر ☒	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟ بله ☐ خیر ☒			
روش تدریس:			

هدف درس:

آشنایی با گرافیک خبری و چگونگی طراحی و اجرای آثار گرافیک خبری

رئوس مطالب:

- آشنایی با گرافیک اطلاع رسان در رسانه‌های چاپی و چگونگی طرح و اجرای آن
- آشنایی با گرافیک اطلاع رسان در رسانه‌های نوری و چگونگی طرح و اجرای آن
- گرافیک اطلاع رسان در محیطهای سرباز (out door) و سربسته (in door)
- گرافیک اطلاع رسان در صفحات وب
- ویژگیهای گرافیک خبری
- آشنایی با نرم افزارهای مورد استفاده در تولید گرافیک خبری
- تفاوت گرافیک خبری چاپی و آنلاین



- فرایند تولید و ترکیب اعضاء تیم گرافیک خبری
 - معرفی چند خبرگزاری معروف و توضیح فرایند تولید گرافیک خبری در آنها
- معرفی سایت‌های تخصصی و حرفه ای مطرح در حوزه گرافیک خبری

منابع اصلی:

الف- منابع فارسی

- شواست، سیمور/ هلو، استیون (۱۳۸۳): سبک‌های گرافیک؛ ترجمه مهگان فرهنگ پور و لیلا کسایی، تهران: انتشارات مارلیک
- دادگران، سیدمحمد (۱۳۸۴): مبانی ارتباطات جمعی؛ تهران: انتشارات مروارید
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۴): روزنامه نگاری سایبر؛ تهران: انتشارات ثانیه
- کازنو، ژان (۱۳۷۷): جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی؛ ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: انتشارات مؤسسه اطلاعات
- مک لوها، هربرت مارشال (۱۳۷۷): برای درک رسانه ها؛ ترجمه سعید آذری، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
- مسعودی، امید (۱۳۸۵): خلاصه نویسی برای رسانه ها؛ تهران: انتشارات خجسته
- معتمد نژاد، کاظم (۱۳۸۳): وسایل ارتباطات جمعی؛ تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی
- وارد، مایک (۱۳۸۴): روزنامه نگاری الکترونی؛ ترجمه علی اصغر کیا، تهران: انتشارات مؤسسه



ایران

ب- منابع لاتین.

- Chumpitaz, Luis (2009); Information Graphic, Spains SNDE.

- Purves, Bryan (1987); Information Graphics ; UK: Nelson Thornes Ltd
- Cario, Alberto (2005); Sailing to the future infographics in the internet era ; Chapel Hill: University of North Carolina



شماره درس: ۱۰ نام درس: زبان تخصصی

نام انگلیسی: English Texts on Visual Arts

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۲	تعداد واحد عملی: ---	تعداد واحد کارگاهی: ---	تعداد واحد آزمایشگاهی: ---
تعداد ساعت: ۳۲	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---	تعداد ساعت: ---
نوع درس			
جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☐ تخصصی ☐ اختیاری ☐			
دروس پیشنهادی: ---			
دروس همنیاز: ---			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟ بله ☐ خیر ☐	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟ بله ☐ خیر ☐	آیا پروژه عملی دارد؟ بله ☐ خیر ☐	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟ بله ☐ خیر ☐			
روش تدریس:			

هدف درس:

با توجه به اهمیت دسترسی دانشجویان کارشناسی ارشد به متون تخصصی انگلیسی آشنایی آنها با اصطلاحات و تعابیر و واژگان هنری اهمیت زیادی دارد و این درس می تواند بخشی از نیازهای آنها را برطرف سازد.

رئوس مطالب:

انتخاب متون انگلیسی مرتبط با رشته تصویرسازی و ارتباط تصویری
ترجمه و تحلیل متون ذریبط و بحق در باب مباحث آمده در متون انگلیسی شایان توجه است که در این درس صرفاً مکالمه به زبان انگلیسی نیست و استاد اگر گاهی به نظیره سازی واژگان انگلیسی و فارسی به زبان انگلیسی پردازد مفیدتر خواهد بود

منابع اصلی:

- Turner 1998 Dictionary of Art, New York
- Encyclopedia of World Art, Macgrow Hill, New York

شماره درس: ۱۱ نام درس: ارتباط‌شناسی

نام انگلیسی: Communicology an Innovative Definition & Model for

Communication Process

تعداد واحد			
تعداد واحد نظری: ۱- تعداد ساعت: ۱۶-	تعداد واحد عملی: ۱- تعداد ساعت: ۳۲-	تعداد واحد کارگاهی: - تعداد ساعت: -	تعداد واحد آزمایشگاهی: - تعداد ساعت: -
نوع درس			
جبرانی ☐ پایه ☐ اصلی ☐ تخصصی ☐ اختیاری ☐			
دروس پیشنهادی: -			
دروس هم‌نیاز: -			
روش ارزیابی			
آیا میان ترم امتحان کتبی دارد؟ بله ☐ خیر ☒	آیا پایان ترم امتحان کتبی دارد؟ بله ☒ خیر ☐	آیا پروژه عملی دارد؟ بله ☐ خیر ☒	
آیا به بازدید و سفر علمی نیاز دارد؟ بله ☐ خیر ☒			
روش تدریس:			

هدف درس:

آشنایی با جنبه‌های ارتباطی طراحی گرافیک (ارتباط تصویر)

رئوس مطالب:

- ارتباط چیست؟ هدف از ارتباط، پیام (عناصر و ساخت)
- نگاهی به تعاریف ارتباط، تجزیه و تحلیل تعاریف ارتباط
- معنی در ارتباط انسان با انسان، چگونه معنی را یاد می‌گیریم، معنی در ارتباط
- کدها و رمزها و نشانه‌ها در پیام، محتوای پیام، نحوه ارائه پیام
- نشانه‌های طبیعی (علامت)
- نشانه‌های تصویر، ارتباط تصویری
- نشانه‌های قراردادی (رمز)

منابع اصلی:

- ارتباط‌شناسی، ارتباطات انسانی (میان‌فردی، گروهی، جمعی)، دکتر مهدی محسنیان راد، انتشارات سروش
- مراحل اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی، زیمون آرون، انتشارات انقلاب اسلامی
- زمینه جامعه‌شناسی: امیرحسین آریان پور، انتشارات فرانکلین
- معنی‌شناسی: منصور اختیار، انتشارات دانشگاه تهران

