به نام ایزد دانا

(کاربرگ طرح درس) تاریخ به­روز رسانی:

دانشکده ............هنر................ نیمسال /دوم سال تحصیلی ..۹۹-۱۳۹۸....

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| مقطع: کارشناسی□ کارشناسی ارشد□ دکتری□ | تعداد واحد: نظری... عملی.۲.. | فارسی: عکاسی و گرافیک | نام درس |
|  پیش نیازها و هم نیازها: عکاسی ۲  | لاتین:Photography & Graphic |
| شماره تلفن اتاق: ۳۱۵۳۵۳۹۵ | مدرس/مدرسین: مهناز شعبانی |
| منزلگاه اینترنتی: | پست الکترونیکی:m.shabani@semnan.ac.ir |
| برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: چهارشنبه، سمعی بصری |
| اهداف درس: آشنایی با عکاسی تبلیغات وبیان ارتباط ومرزهای مشترک آن با طراحی گرافیکی. |
| امکانات آموزشی مورد نیاز: کلاس مجهز به ویدئو پروجکشن |
| امتحان پایان­ترم | امتحان میان­ترم | ارزشیابی مستمر(کوئیز) | فعالیت­های کلاسی و آموزشی | نحوه ارزشیابی |
| ۶۰٪ | ۲۰٪ |  | ۲۰٪ | درصد نمره |
| پورکریمی، جواد. تبلیغات رسانه ای و تغییر نگرش مخاطبان: رویکردی روانشناختی بر تبلیغات، تهران: انتشارات سروش، ۱۳۸۸.پرویلر، گری. اسرار عکاسی طبیعت بیجان استودیویی، مترجم: فواد نجف زاده، تهران: انتشارات سمت،۱۳۹۰.اولسون، دیوید. رسانه ها و نمادها، ترجمه: محبوبه مهاجر، تهران: انتشارات سروش، ۱۳۷۶.Salomon, Allyson. Advertizing Photography, New York: Mphoto,1982.Tuck, Kirk, Commercial Photography Handbook, London: Amhers Media,2004.Barry, Pete, The Advertising Concept Book, Thames& Hudson Publisher, England,2016.Felton, George. Advertising Concept and copy, W.W. Norton & Company Publisher, England, 2013.Gibbons, Joan. Art& Advertizing, New York: T. B. Tauris & Co,2005. | منابع و مآخذ درس |

**بودجه­بندی درس**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **توضیحات** | **مبحث** | **شماره هفته آموزشی** |
|  | نقش طراحی گرافیک در تبلیغات | **1** |
|  | آشنایی با رسانه عکاسی به عنوان ابزار فعالیت های تبلیغاتی | **2** |
|  | آشنایی با ایده پردازی خلاق | **3** |
|  | آشنایی با طراحی های تبلیغاتی برای تصاویر مجلات | **4** |
|  | آشنایی با طراحی های تبلیغاتی در رسانه های دیجیتال و الکترونیک | **5** |
|  | آشنایی با طراحی های تصویری در رسانه های چاپی | **6** |
|  | آشنایی با طراحی های تصویری در آلبوم های موسیقی | **7** |
|  | آشنایی با طراحی های تصویری در رسانه های محیطی | **8** |
|  | آشنایی با عکاسی تبلیغاتی در رسانه های نوین | **9** |
|  | پیام رسانی در طراحی عکس تبلیغاتی | **10** |
|  | رویکردهای روانشناختی در طراحی عکس های تبلیغاتی | **11** |
|  | پیوند گرافیک با تبلیغات و فرهنگ مردم پسند | **12** |
|  | طراحی چیدمان عکس انواع کالاهای تجاری خوراکی | **13** |
|  | طراحی چیدمان عکس انواع کالاهای تجاری لوازم آرایشی بهداشتی | **14** |
|  | طراحی چیدمان عکس انواع کالاهای تجاری پوشاک | **15** |
|  | طراحی چیدمان عکس انواع کالاهای تجاری لوازم برقی | **16** |