

T.C.
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI ANASANAT DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

1. Öğrenci Kabul Koşulları

• Yüksek Lisans Programı giriş sınavları, anasanat dallarında adayların bilimsel-sanatsal durumlarının tespitine yönelik yapılacak Sanatsal Yeterlilik Sınavının (SYS) % 50'si, yabancı dil sınavının % 10'u ve lisans ortalamasının % 40'ından oluşmaktadır. Yüksek lisans programına başvurabilmek için adayların; yürürlükteki lisansüstü mevzuatın zorunlu kıldığı koşulların yanında;

• **Alan İçi:** Güzel Sanatlar Fakülteleri, Sanat ve Tasarım Fakülteleri, Sanat-Tasarım ve Mimarlık Fakültelerinin Görsel İletişim Tasarımı, grafik, grafik tasarım bölümlerinin herhangi birinden lisans diplomasına sahip olması,

• **Alan Dışı:** Eğitim Fakülteleri Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümleri Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalları, resim, heykel, seramik, geleneksel Türk el sanatları, sahne ve görüntü sanatları, tekstil, sinema-televizyon, fotoğrafçılık, iç mimarlık anabilim/anasanat dallarının herhangi birinden lisans diplomasına sahip olması koşulları aranır.

• Aynı anda bir başka yüksek lisans programında kaydı bulunmaması ya da başvurudan en az bir yarıyıl öncesinde başka bir lisansüstü programdan ilişkisinin kesilmesi (durumunu ilişik kesme belgesi ile belgelemelidir) gerekmektedir.

• Görsel İletişim Tasarımı Anasanat Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı disiplinlerarası bir program olması nedeniyle alan dışı (Sosyal Bilimler Yüksek Lisans programlarından biri) başvurulara açıktır. Alan dışından gelen adaylara, bilimsel/sanatsal hazırlık programı uygulanacaktır. Ancak, Eğitim Fakültelerinin Güzel Sanatlar Eğitimi bölümleri için bilimsel/sanatsal hazırlık programı uygulanıp uygulanmayacağı enstitü yönetim kurulu tarafından belirlenir.

• Lisansüstü eğitim ile ilgili başvurular aşağıdaki esaslara göre yapılır: Yüksek lisans programına başvurabilmek için adayların;

a. Başvuracağı anasanat dalı yüksek lisans programı için uygun bir lisans programından (alan içi ya da alan dışı) mezun olmuş olmak.

b. Alan içi (Güzel Sanatlar Fakülteleri, Sanat ve Tasarım Fakülteleri, Sanat-Tasarım ve Mimarlık Fakültelerinin Görsel İletişim Tasarımı, grafik, grafik tasarım bölümlerinin herhangi birinden lisans diplomasına sahip olmak.) haricinde müracaat edenlerden, ALES'den başvurduğu programın puan türünde en az 65 standart puana sahip olmaları veya Üniversitelerarası Kurul tarafından ALES sınavına eşdeğer sayılan ve uluslararası düzeyde kabul gören GRE ya da GMAT gibi sınavlardan buna eşdeğer bir puan almış olmaları, Güzel Sanatlar Fakülteleri, Sanat ve Tasarım Fakülteleri, Sanat-Tasarım ve Mimarlık Fakültelerinin Görsel İletişim Tasarımı, grafik, grafik tasarım bölümlerinin herhangi birinden lisans diplomasına sahip olarak müracaat edenlerde (Alan içi) ALES şartı aranmaz. Alan İçi ve Alan Dışı müracaatlarda yabancı dil şartı aranmaz, Ancak yabancı dil puanı olan adayların puanı % 10 oranında değerlendirmeye katılır.

c. Başvurular adayın çalışmalarını içeren bir dosya / portfolyo ile birlikte yapılır. Program Türkçe olarak yürütülecektir.

d. Yüksek lisans programına bir yükseköğretim kurumu lisans programına kayıtlı dördüncü sınıf öğrencileri ve bir lisans diplomasına sahip olan kişiler başvurabilir. Başvuru tarihinde bir lisans diplomasına sahip olmayan öğrenci programa koşullu kabul edilebilir. Görsel İletişim Tasarımı Anasanat Dalı Yüksek Lisans Programı farklı disiplinlerden gelen öğrencilere açık olduğundan, programa katılan öğrencilerden lisansüstü dersleri başarıyla yürütebilmeleri açısından gereken dersler, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Lisans Programı çerçevesinde Bilimsel Hazırlık Programı ile karşılanabilecektir. Öğrencinin lisansüstü programa kesin kabulü ancak mezuniyet belgesi veya diploması ile mezun olduğu yükseköğretim kurumundan almış olduğu dersleri ve notları gösterir belgenin/ transkript aslının, ilan edilmiş süre içerisinde Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'na verilmesi ile mümkündür.

e. Programa yapılan alan içi ve alan dışı başvuruları değerlendirmek üzere ilgili enstitü tarafından en az üç öğretim üyesinden oluşan bir Program Kabul Komisyonu kurulur. Aday öğrencilerin (alan içi/alandışı) başvuru dosyaları/portfolyoları ilgili enstitü tarafından incelenir ve ilgili Anasanat Dalı Başkanlığı aracılığıyla Program Kabul Komisyonu'na iletilir. Komisyon, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Senatosu Esasları çerçevesinde yapacağı ön inceleme sonucunda, adayların programa kabulü konusundaki önerilerini oluşturur. Aday öğrencilerin kesin kabul durumu, Program Kabul Komisyonu önerilerinin Enstitü Yönetim Kurulu tarafından onaylanması ile kesinlik kazanır ve adaylara duyurulur.

f. Yüksek lisans programına **alan dışı** olarak müracaat eden aday öğrencilerin ALES puanının % 50'si, lisans not ortalamasının %40'ı ve yabancı dil puanının % 10'u alınarak toplanır. Bu toplamın en az yüz (100) tam puan üzerinden en az 60 puan olması gerekir. YDS/ÜDS ya da Üniversitelerarası Kurul'ca kabul edilen bir sınavdan yabancı dil belgesi bulunmayan adayların, yabancı dil puanı sıfır kabul edilerek hesaplama yapılır. Bu taban puanın üstündeki adaylar, en yüksek puandan itibaren sıralanarak ilan edilen kontenjanlara göre ilgili programa yerleştirilir. Puan eşitliği durumunda ALES puanı yüksek olan aday tercih edilir. Program Kabul Komisyonu, ilan edilmiş kontenjanı tamamen doldurmak zorunda değildir. Liste, Anasanat Dalı Başkanlığı tarafından ilgili enstitüye iletilir ve Enstitü Yönetim Kurulu tarafından onaylanarak aday öğrencilere duyurulur. Programa kabul edilen öğrenci adayları ilan edilen süre içerisinde ilgili enstitüye kayıtlarını yaptırırlar. Kayıt yaptıran öğrencilerin toplam sayısı ilan edilmiş kontenjanın altında kalırsa yedeklerin kayıt yaptırmasına izin verilir.

Yüksek lisans programına **alan içi** olarak müracaat eden ve ALES şartı aranmayan aday öğrenciler Giriş Sınavı Jürisi tarafından önce elli (50) puan üzerinden değerlendirilen uygulama sınavı¹, sonra yine elli (50) puan üzerinden değerlendirilen teorik sınav olmak üzere iki bölümden oluşan Sanatsal Yeterlik Sınavı'na (SYS) alınır. Yapılan teorik ve uygulama sınav sonucunda her aday öğrencinin yüz (100) tam puan üzerinden SYS puanı belirlenir.

Giriş Sınavı Jürisi aday öğrencinin portfolyosunun içeriğini, başvurduğu program için gerekli altyapıya sahip olup olmadığı gibi hususları dikkate alarak inceler.

¹ Bu sınavda aday öğrencilerin sınava gelirken getirmeleri gereken malzemeler [www. http://guzsanens.omu.edu.tr/](http://guzsanens.omu.edu.tr/) adresinin "Güncel Haber ve Duyurular" kısmında ilan edilecektir.

Alan içi ya da alan dışı öğrenci adaylarının portfolyoları genel sıralama puanına etki etmeyecektir (Ama getirilmesi zorunludur). İlan edilmiş kontenjanları aşmamak koşuluyla bu aday öğrencilerden kaç kişinin kabul edilebilecek nitelikte olduğuna yedekleriyle birlikte Giriş Sınavı Jürisi karar verir.

SYS puanının % 50'si, lisans not ortalamasının % 40'ı ve yabancı dil puanının % 10'u alınarak toplanır. Bu toplamın en az yüz (100) tam puan üzerinden en az 60 puan olması gerekir. YDS/ÜDS ya da Üniversitelerarası Kurul'ca kabul edilen bir sınavdan yabancı dil belgesi bulunmayan adayların, yabancı dil puanı sıfır kabul edilerek hesaplama yapılır. Bu taban puanın üstündeki adaylar, en yüksek puandan itibaren sıralanarak ilan edilen kontenjanlara göre ilgili programa yerleştirilir. Puan eşitliği durumunda SYS puanı yüksek olan aday öğrenci tercih edilir.

2. Programına Başlayacak Öğrencilerin Farklı Disiplinlerden Gelmesi Durumunda Bilimsel Hazırlık Programı Koşulları

Görsel İletişim Tasarımı Anasanat Dalı Yüksek Lisans Programı farklı disiplinlerden gelen öğrencilere açık olduğundan, programa katılan öğrencilerden lisansüstü dersleri başarıyla yürütebilmeleri açısından gereken dersler, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Lisans Programı çerçevesinde Bilimsel Hazırlık Programı ile karşılanabilecektir. Farklı disiplinlerden gelen ve enstitü tarafından Bilimsel Hazırlık Programı'na tabi tutulacak olan öğrenciler, öncelikli olarak, ilgili lisans düzeyindeki dersleri almak koşuluyla ilgili yarıyıldaki yüksek lisans derslerini de alabilirler. Bilimsel Hazırlık Programı'nda alınması zorunlu dersler, yüksek lisans programını tamamlamak için gerekli görülen derslerin yerine geçemez. Ancak Bilimsel Hazırlık Programı'ndaki bir öğrenci, bilimsel hazırlık derslerinin yanı sıra Anasanat Dalı Başkanlığı'nın önerisi ve Enstitü Yönetim Kurulu onayı ile yüksek lisans programına yönelik dersler de alabilir. Hazırlık programına tabi tutulan öğrenciler, varsa daha önce mezun oldukları lisans programlarında gördükleri derslerden muaf tutulurlar. Ders seçimleri, duyulan ihtiyaca göre ve öğrencinin eksikliklerini tamamlamak üzere danışmanlar ve anabilim/anasanat dalı başkanlığınca belirlenir. Bilimsel Hazırlık Programı'nda geçirilen süre yönetmelikte belirtilen Yüksek Lisans sürelerine dahil değildir. Bu derslerden kazanılan krediler toplam kredi yükümlülüğüne sayılmaz.

3. Yüksek Lisans Derecesi Almak İçin Gerekli Olan Toplam Kredi Sayısı İle Alınması Gereken Zorunlu ve Seçmeli Dersler

Tezli yüksek lisans programı 24 krediden ve 60 AKTS'den az olmamak koşuluyla, seminer, uzmanlık alan dersi ve 60 AKTS'den az olmamak koşuluyla tez çalışmasını içeren özel konulu derslerden oluşur (Seminer dersinde başarılı olamayan öğrenci enstitüye tez önerisi sunamaz). Öğrenci alacağı dersleri danışmanı ile belirleyebilir. Alınması gereken zorunlu ve seçmeli dersler, dönemlerine göre aşağıdaki tablolarda belirtilmiştir.

Birinci Yarıyıl / Güz Yarıyılı

Dersin Kodu	Adı	Z/S	T	U	K	AKTS
GİTY 601	Bilimsel ve Sanatsal Araştırma Metodolojisi	S	2	0	2	6
GİTY 603	Retorik ve Reklam	S	2	0	2	6
GİTY 605	Sosyal Duyarlılık ve Afiş Tasarımı	S	3	0	3	6
GİTY 607	Göstergebilim	S	2	0	2	6
GİTY 609	Bilgilendirme Grafiği	S	3	0	3	6
GİTY 611	Çağdaş Sanatsal Okuryazarlıklar	S	3	0	3	6
GİTY 613	Görselleştirme / Modelleme Teknikleri	S	3	0	3	6
GİTY 615	Etkin Reklam Stratejileri	S	2	0	2	6

İkinci Yarıyıl / Bahar Yarıyılı

Dersin Kodu	Adı	Z/S	Teorik	Uyg.	Kredi	AKTS
GİTY 602	Tüketim Kültürü ve Tüketici Davranışları	S	2	0	2	6
GİTY 604	Hareketli Medya ve Tipografi	S	2	0	2	6
GİTY 606	Kültürel Antropoloji ve Sanat	S	3	0	3	6
GİTY 608	Yaratıcı Marka Tasarımı	S	3	0	3	6
GİTY 610	Görsel Kültür ve Tüketim Estetiği	S	3	0	3	6
GİTY 612	Bilgisayarda 3B Modelleme Teknikleri	S	3	0	3	6
GİTY 614	Marka Kimliği Yenileme	S	3	0	3	6
GİTY 616	DeneySEL Tipografi		2	0	2	6
GİTY 618	Seminer	S	2	0	0	6

Üçüncü Yarıyıl / Güz

Dersin Kodu	Adı	Z/S	Teorik	Uyg.	Kredi	AKTS
GİTY 600	Tez	Z	0	0	0	30
GİTY 800	Uzmanlık Alan Dersi I	Z	4	0	0	0

Dördüncü Yarıyıl / Bahar

Dersin Kodu	Adı	Z/S	Teorik	Uyg.	Kredi	AKTS
GİTY 600	Tez	Z	0	0	0	30
GİTY 800	Uzmanlık Alan Dersi I	Z	4	0	0	0

Ders alma dönemi iki yarıyıl olarak öngörülmektedir. Ders alma aşaması tamamlandıktan sonra tez aşamasına geçilmektedir.

4. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Görsel İletişim Tasarımı Anasanat Dalı Yüksek Lisans Programı Ders İçerikleri

Birinci Yarıyıl / Güz Yarıyıl

Bilimsel ve Sanatsal Araştırma Metodolojisi

Dersin Kodu: GİTY 601 **Kredisi:** (2 + 0 + 2) **AKTS:** 6

Bilimsel, sanatsal ve felsefi araştırma ve inceleme metodları arasındaki organik bağı oluşturma. Bilimsel ve sanatsal araştırma yöntemleri arasındaki homojeniteyi ve heterojeniteyi irdeleme. Gereksinim, araştırma, düşünme ve yorumlama süreçlerinde bilimsel; saptama, bulgu, vargı ve yargı süreçlerinde felsefi; fark etme (izlenim), aktarma, çözümleme ve kurgulama süreçlerinde sanatsal metodolojileri serimleme. Bilimsel, sanatsal ve felsefi araştırma metodolojilerinin ilintili çalışmalarda kullanılma durumlarına yönelik donanımları sağlama. Çağdaş araştırma alan ve ilgilerini evrensel düzeyde fark etme ve bunlara odaklanma gerekleri ve süreçleri.

Retorik ve Reklam

Dersin Kodu: GİTY 603 **Kredisi:** (2 + 0 + 2) **AKTS:** 6

Reklam iletişimde önceden belirlenmiş bir amaç doğrultusunda hedef kitle üzerinde ürün/marka/hizmet algısının değiştirilmesi, olumlanması, satın alması ya da tercihte bulunmasına yönelik bir tutum ve davranış değişikliği yaratılması söz konusudur. Bu amacın gerçekleştirilebilmesi, ikna edici söylem olarak ifade edilen retorik, yönlendirici bir etki yaratmak amacıyla bilinçli olarak uygulanmasına bağlıdır. O nedenle reklam iletileri, iletişimin etkisini arttırmak, iknayı maksimum düzeye getirmek, etkili algılanma, öğrenme ve hatırlanma için anlatım dilinin stratejik

öneminden ve özelliklerinden vazgeçemez. Türkçe reklam yazınında retorığın, hedeflediği etkiyi gerçekleştirebilmesi amacıyla stratejik bir iletişim biçimi ortaya koyan reklamcılıkla ilişkisinde, disiplinler arası bir yaklaşımın (dilbilim, göstergebilim, sosyal psikoloji vb.) etkileşimi işbirliği kaçınılmaz olmalıdır.

Sosyal Duyarlılık ve Afiş Tasarımı

Dersin Kodu: GİTY 605 **Kredisi:** (3 + 0 + 3) **AKTS:** 6

Afiş tasarımları aracılığıyla küresel, bölgesel ya da yerel ölçekli olaylara insanların ilgisi çekmek ve onların belirlenen konulara daha duyarlı olmalarını sağlamak için ortaya koyulan çabalar gün geçtikçe artmaktadır. Bu kapsamda çeşitli küresel boyutlu sosyal iletişim projeleri dünyaca ünlü tasarım kuruluşları (AIGA, ICOGRADA, BEDA, IDA ve AIAP gibi) tarafından desteklenmektedir. Sosyal iletişim projelerinin temel amacı, 50x70 cm. boyutlarında tasarlanacak afişler ile çocuk ölümleri, küresel ısınma, az gelişmişlik, çevresel kirlilik, cinsel yolla bulaşan hastalıklar, insan hakları, susuzluk, savaş ve gibi temel sosyal olgulara karşı toplumsal duyarlılığı artırmak ve toplum içinde var olan sosyal bozuklukların, sorunların çözümü için çalışan organizasyonlara yardımcı olmaktır. Bu projenin amacına ulaşabilmesi için bazen dünyaca tanınan sivil toplum kuruluşları tarafından (Amnesty International, AMREF, Emergency, Greenpeace, WWF, LILA ve Unicef gibi) yardımsever kuruluşlar, bazen de ilgili organizasyon yöneticileri tarafından dünyada binlerce kişiyi etkileyen temel sosyal sorunlar üzerine hazırlanan yönbilgiler (brief) ile bu tür projelere destek olunmaktadır.

Göstergebilim

Dersin Kodu: GİTY 607 **Kredisi:** (2 + 0 + 2) **AKTS:** 6

Genel göstergebilim tanımı, temel kavramları, kapsamı, ilkeleri, uygulama alanları, çözümleme yöntemleri, kuramların biçimselleştirilmesi, gösterge dizgelerinin üretimi, betimlenişi, sınıflandırılması, söylemsel ve metinsel yapı çözümlemeleri, bilgikuramsal, yöntembilimsel ve betimsel açıdan tümü kapsayıcı kuramların analizi, iletişim modelleri, kültürel kodlar, metni anlama süreçlerine göre düzenlenmiş işaret, simge sistemleri, görsel algı, anlam ve anlamlandırma gibi göstergebilim konu alanlarının tartışılması.

Bilgilendirme Grafiği

Dersin Kodu: GİTY 609 **Kredisi:** (3 + 0 + 3) **AKTS:** 6

Bilgilendirme grafiği, (infografik) tanımı ve özellikleri, sosyal medya ve infografik tasarımları, bilgi, fikir, görsellik ve planlama çalışmaları, çevresel grafik tasarım ve uygulamaları, piktogramlar, işaretler, simgeler, günümüz bilgi grafikleri, modern haritalar, transit ağları, trafik ve diğer kamu işaretleri, görsel yönlendirme, işaretleme ve bilgilendirme tasarımları, coğrafi bilgi sistemleri (CBS), görsel iletişim kültürü ve kullanıcı odaklı tasarım çalışmaları.

Çağdaş Sanatsal Okuryazarlıklar

Dersin Kodu: GİTY 611 **Kredisi:** (3 + 0 + 3) **AKTS:** 6

Çağdaş sanat eğitiminde eleştirel pedagojinin bir disiplin olarak yerleşmesinden sonra, eleştiri kavramına ait tek yönlü etkinliğin artık daha çağdaş bir ele alışla okuryazarlıklar olarak değerlendirilmesi söz konusu olmuştur. Sanatsal okuryazarlıklar, bir çoklu-okuryazarlık biçimi olup, kültürel okuryazarlık ve sanat eğitimi, görsel okuryazarlık ve sanat eğitimi, medya okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı vs. gibi bağlamlarda kendini gösteren bir içeriğe sahiptir.

Görselleştirme / Modelleme Teknikleri

Dersin Kodu: GİTY 613 **Kredisi:** (3 + 0 + 3) **AKTS:** 6

Öğrenciye bir nesnenin veya bir tasarımın görselleştirilmesinde, referanslar kullanarak manuel modelleme yapabilmesi için gerekli teknikler hakkında bilgiler verilir. Ders araştırma ve geliştirme evrelerini içeren taslak çizim süreçlerinden, ikna edici etkili proje sunumlarına kadar görselleştirmede kullanılan geleneksel çizim tekniklerini içermektedir.

Etkin Reklam Stratejileri

Dersin Kodu: GİTY 615 **Kredisi:** (2 + 0 + 2) **AKTS:** 6

Öğrencilere reklam amaçlı grafik tasarım uygulamalarının üzerine yapılandırılacağı temelleri göstermek, yaratıcı reklam uygulamalarına zemin hazırlayacak etkin reklam stratejilerini tanıtmaktır.

İkinci Yarıyıl / Bahar Dönemi

Tüketim Kültürü ve Tüketici Davranışları

Dersin Kodu: GİTY 602 **Kredisi:** (2 + 0 + 2) **AKTS:** 6

Postmodernizmle birlikte tüketim olgusu, modernizmdeki üretim olgusu ile yer değiştirmiştir. Artık insan, ne kadar ürettiğiyle değil, ne kadar tükettiğiyle var olmuştur. Tüketim, üretime daha çok baskın gelmiş ve sosyal bir gösterge olarak gittikçe önem kazanmıştır. Postmodernizmin tüketici hedef kitlesi sembolik anlam ve imajları, bir taraftan kimlik ve sosyal statü göstergeleri için hızla tüketirken; diğer taraftan kendine ilişkin (toplum tarafından) algılanılmasını istediği değerleri üreten bir tüketici özelliği oluşturmuştur. Artık imajlar bir ürünü ya da bir reklâmı temsil etmek için var olmuyorlar. Tersine, bir endüstriyel ya da grafik ürün, yalnızca imajların üretimi ve benimsetilmesi için tasarlanıyorlar. Metanın imajlaştırılması yerine, imajın metalaştırılması süreci, sembolik anlamlar, ideolojiler ve temsiller postmodernite kültürünün tüketicisi için kurgulanıyor ve konvansiyonel yaklaşımlar geçerliliğini yitiriyor. Reklâmlarda tanıtımı yapılan ürün ya da hizmetler, satın alındıklarında belki bir gereksinimi karşılamalarının ötesinde, sektör/pazar tarafından, postmodern pazarlama stratejileri ile konumlandırılarak tüketicinin ekonomik gelir düzeyine ya da toplumsal statüsüne göre bir anlamı, soyut bir kavramı ya da bir modayı temsil etmek

üzere tasarlanabilmektedirler. Dolayısıyla tüketim kültürünün tüketici davranışlar eşliğinde düşünülerek hizmeti tercih etme ya da ürünü satın alma eyleminin gerekçeleriyle araştırılması, arzu edilen sonuçlara doğru verilerle ulaşılması konusunda ışık tutacaktır.

Hareketli Medya ve Tipografi

Dersin Kodu: GİTY 604 **Kredisi:** (2 + 0 + 2) **AKTS:** 6

Hareketli medya ortamında tipografi, belirli bir düşünceyi iletme, bir konu hakkında bilgilendirmek, açıklama yapmak ya da bir duyguyu aktarmak, ilgi uyandırmak ve dikkat çekmek için sesli ve hareketli metinlerin birlikteliğiyle oluşturulan bir animasyon tekniğidir. Günümüzde görsel açıdan daha etkili ve çekici bir anlatım dili ortaya koyan hareketli medya ortamında tipografi, filmlerin başlangıcında ya da sonunda içeriğin iletilmesinde olduğu kadar film jeneriklerinde, müzik videolarında, televizyon, açık hava (led ekranlı totem ve ilan panoları) ve internet reklamcılığında, halka açık toplu kamusal alanlarda ya da taşıtlarda (hafif raylı sistemlerde), kurumsal kimlik ve proje sunumlarında yoğun bir şekilde kullanılmaktadır.

Kültürel Antropoloji ve Sanat

Dersin Kodu: GİTY 606 **Kredisi:** (3 + 0 + 3) **AKTS:** 6

Antropolojinin temel kavramları ve paradigmatları çerçevesinde farklı insan toplulukları arasındaki kültürel benzerlik ve farklılıklar, kültürel göstergeler, etnolojik, etnografik, dilbilimsel, sosyal ve psikolojik analiz yöntemlerine dayalı kültürlerin gelişimi, sanat ve antropoloji arasındaki ilişki, kültürlerarası estetik, antropolojide postmodern eleştirel yaklaşımlar, kültürel antropoloji yaklaşımları, antropolojinin sanatsal ve bilimsel açıdan gelişimi, diğer sosyal bilim dallarıyla ilişkisi, bütünsel bir yaklaşımla çevre, dil, sembolik sistemler ve anlamları, sanatsal ve bilimsel sosyalleşme süreci, 'sanat' ve 'kültür' kavramlarının değerlendirme boyutları, sosyal bilim ve sanat arasındaki ilişkiler bağlamında kültürel antropolojinin sanat'a, sanatın da kültürel antropolojiye etkisinin sürece bağlı olarak değerlendirilmesi.

Yaratıcı Marka Tasarımı

Dersin Kodu: GİTY 608 **Kredisi:** (3 + 0 + 3) **AKTS:** 6

Görsel iletişim tasarımı yaratım süreçlerindeki yeni olanaklar ve yeni medyanın yaygın kullanımı, uygulamada biçim ve içerik üzerinde yeni yansımalar bulmuştur. Üretimin artması, rekabet şartlarının kızışması ve marka kimliğinin ön plana çıkmasıyla amblem/logo tasarımları geçtiğimiz yüzyılda grafik tasarımı içerisinde önemli bir yer tutmuştur. Günümüz tasarımlarında sadeleşme ve temel geometrik formların kullanımı, daha çok modernizm sürecinde oluşan tasarım prensiplerinin yarattığı bir iç disiplinle artarak devam etmektedir. Bir markanın kavram olarak ne olduğu, yaratıcı olduğu kadar tercih edilen marka yaratmak için gerekli stratejik adımlar konusunda perspektif kazandırmak, bir markanın yaratımındaki temel unsurları değerlendirmek, rekabete dayalı tasarım geliştirmek ve yeni marka tasarımlarında yalnız kolay hatırlanacak birer simge arayışının dışında yüzyılın yükselen değerlerini gösteren bir etki yaratma

anlayışının kavratılması, algı psikolojisi deneyimleri, form yasaları ve tasarım prensiplerini tasarım teorisinde kalıcı hale getirmek, marka ve tüketici arasında yoğun bir karşılıklı iletişim kurma temelli çalışmalar yapılarak örnek çalışmaların analizi yapılır.

Görsel Kültür ve Tüketim Estetiği

Dersin Kodu: GİTY 610 **Kredisi:** (3 + 0 + 3) **AKTS:** 6

Kültür ve sanatın tüketim kültürünü eksen kabul ederek sanat eğitimi yönlendirebileceği birçok içerikten bahsetmek olasıdır. Kültürün geleneksel, güncel ve gelecekçi değerlendirmeler ile ilintisinde tüketim deneyimleri, tüketim estetiği, tüketimin görsel-sosyal içerikleri, sanatın tüketimsel kavramları ve postmodern bireyin tüketim motivasyonları birer konu başlığı olmaktadır. Postmodern kültür ve onun belirlediği estetik alanlar; küreselleşme olgusu ve iletişim ağlarının ağırlığında gelişen görsel kültür; araçların ve kurumların tekelinde ticari bir meta haline gelen sanat eserlerinin üretimi, tüketimi, günümüzde yaygın biçimde ikame edilmeye çalışılan “sanatta üretim ve tüketim” kavramlarını irdelemek, bu kavramların kültürel ve toplumsal yansımalarını değerlendirmek, bu yansımalar içindeki tüketimsel dirençleri değerlendirmek ve söz konusu dirençlere yönelik stratejik yaklaşım ve uygulama biçimleri üzerine odaklanmak dersin içeriğini oluşturmaktadır.

Bilgisayarda 3B Modelleme Teknikleri

Dersin Kodu: GİTY 612 **Kredisi:** (3 + 0 + 3) **AKTS:** 6

Ders dijital ortamda görselleştirme ve modelleme teknikleri hakkında bilgi kazandırmayı amaçlamaktadır. Form elemanları. Derste temel geometrik formlar, solid ve organic modelleme teknikleri, modellemede yüzey nitelikleri, modellemede aydınlatma ve gerçekçi 3B görüntüleme işlemleri uygulanır.

Marka Kimliği Yenileme

Dersin Kodu: GİTY 614 **Kredisi:** (3 + 0 + 3) **AKTS:** 6

Markalar güçlerine sürdürebilmek için değişen şartlar çerçevesinde ortaya çıkan yeni durumlara hızla kendilerini adapte etmek zorundadır. Aynı değişim markaların görsel karakterine de yansımak durumundadır. Bu açıdan bakıldığında görsel kimlik yaşayan bir organizma gibi sürekli güncellenmek durumundadır. Bu derste, öğrencilerin bir markayı, sektörel gereksinimler, hedef kitle algısındaki değişimler, markanın yeni tutumu göz önünde tutularak bir yenileme projesinin nasıl yürütülebileceği hakkında bilgiler verilir.

Deneysel Tipografi

Dersin Kodu: GİTY 616 **Kredisi:** (2 + 0 + 2) **AKTS:** 6

Ders, grafik tasarımın önemli bir elemanı olan tipografinin doğru ve özgün kullanımını sağlayacak altyapının öğrencilere kazandırılmasını amaçlamaktadır. Ders, görsel iletişim, biçim-içerik ilişkilerini tipografik temelde işlemektedir. Öğrencilere tarihsel projeksiyon ile tipografik tasarımcıları ve tasarımları tanıtılmaktadır. Tasarım

elemanları, kompozisyon, layout konuları anlatılmakta, uygulamalı çalışmalar yaptırılmaktadır.

Seminer

Dersin Kodu: GİTY 618 **Kredisi:** (2 + 0 + 0) **AKTS:** 6

Tez danışmanının sorumluluğu ve denetiminde, öğrenci çalışmayı düşündüğü konu/problem alanına yönelik bir konuda tez önerisine alt yapı oluşturan, probleme dayalı çözüm önerileri geliştiren, kaynak taraması yapılan, kuramsal çerçevesi netleştirilen ve bilimsel araştırma teknik ve yöntemleri ile alana katkı sağlayan bir süreç izlenir.

Üçüncü Yarıyıl / Güz Dönemi

Tez

Dersin Kodu: GİTY 600 **Kredisi:** (0 + 0 + 0) **AKTS:** 30

Bilimsel araştırma yapma, bilgiye erişme, değerlendirme ve yorumlama yeteneği kazanma, bilim dünyasına bir yenilik getirmek, yeni yorumlamalarda bulunmak veya bilinen bir yöntemi yeni bir alana uygulama, bilimsel ve etik çalışma disiplini kazandırabilme, tartışma ve iddiaya dayanarak bir öneri, fikir ileri sürmek ve kısaca, öğrencinin araştırma yapma yeteneğini kazanması ve yaptığı araştırma ile bilime katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

Uzmanlık Alan Dersi I

Dersin Kodu: GİTY 800 **Kredisi:** (4 + 0 + 0) **AKTS:** 0

Danışman öğretim üyesinin ya uzmanlaştığı ya da yüksek lisans öğrencisinin ilgi duyduğu akademik alanlarla ilgili bilgi ve birikimlerini aktarması, bilimsel ve etik çalışma disiplini kazandırabilmesi, araştırma alanlarıyla ilgili basılı ya da dijital ortamda var olan literatür hakkında detaylı bilgi sahibi olabilmesi, bilimsel çalışma alanlarıyla ilgili alıntılama yapabilme becerisi kazandırılmasına yönelik hedefler amaçlanmaktadır.

Dördüncü Yarıyıl / Bahar Dönemi

Tez

Dersin Kodu: GİTY 600 **Kredisi:** (0 + 0 + 0) **AKTS:** 30

Bilimsel araştırma yapma, bilgiye erişme, değerlendirme ve yorumlama yeteneği kazanma, bilim dünyasına bir yenilik getirmek, yeni yorumlamalarda bulunmak veya bilinen bir yöntemi yeni bir alana uygulama, bilimsel ve etik çalışma disiplini kazandırabilme, tartışma ve iddiaya dayanarak bir öneri, fikir ileri sürmek ve kısaca, öğrencinin araştırma yapma yeteneğini kazanması ve yaptığı araştırma ile bilime katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

Uzmanlık Alan Dersi I

Dersin Kodu: GİTY 800 **Kredisi:** (4 + 0 + 0) **AKTS:** 0

Danışman öğretim üyesinin ya uzmanlaştığı ya da yüksek lisans öğrencisinin ilgi duyduğu akademik alanlarla ilgili bilgi ve birikimlerini aktarması, bilimsel ve etik çalışma disiplini kazandırabilmesi, araştırma alanlarıyla ilgili basılı ya da dijital ortamda var olan literatür hakkında detaylı bilgi sahibi olabilmesi, bilimsel çalışma alanlarıyla ilgili alıntılama yapabilme becerisi kazandırılmasına yönelik hedefler amaçlanmaktadır.