

Ümumi məlumat	Fənnin adı, kodu və kreditlərin sayı	DSN207, Brendinq, İdentika və Loqo Dizaynı, 6 AKTS
	Departament	Memarlıq və dizayn departamenti
	Proqram (bakalavr, magistr)	Bakalavr
	Tədris semestri	2026/27-ci tədris ilinin payız semestri
	Fənni tədris edən müəllim (lər)	Qürbətova-Ağəliyeva Vüsalə
	E-mail:	
	Mühazirə otağı/Cədvəl	Xəzər Universiteti, Neftçilər kampusu
	Məsləhət saatları	Tələbələrlə razılaşdırılan vaxtlarda
Prerekvizitlər	—	
Tədris dili	Azərbaycan dili	
Fənnin növü (məcburi, seçmə)	Seçmə	
Dərsliklər və əlavə ədəbiyyat	1. History of Graphic Design — Meggs. ABŞ, 2012 2. Graphic Design (Pocket Essentials) — Bob Gordon. Birləşmiş Krallıq, 2011 3. Designing Brand Identity — Alina Wheeler. Kanada, 2013 4. Logo Modernism — Jens Müller, 2015 5. The Complete Graphic Designer: A Guide to Understanding Graphics and Visual Communication — Ryan Hembree, 2011 6. Why Fonts Matter — Sarah Hyndman. London, 2016 7. Logotype — Michael Evamy. London, 2012	
Kursun təsviri	Bu kurs ərzində tələbələr ümumi qrafik dizaynın tarixi və növləri, müvafiq dərsliklərdən istifadə, yaradıcı bacarıq və vərdislərin inkişafı, reklam dizaynı, korporativ identika (brendinq) və loqo dizaynı ilə tanış olurlar. Brendinq brendin kimliyini, dəyərlərini və məqsədlərini müəyyən edən strateji prosesdir. O, brendin hədəf auditoriyasına necə görünmək istədiyini və ona necə təsir etməyi hədəflədiyini müəyyənləşdirir. Bu SEO təsviri brendinqlə maraqlanan şəxslərə anlayışın nə demək olduğunu və biznes üçün niyə vacib olduğunu anlamağa kömək etmək məqsədi daşıyır. Güclü brend identikasının yaradılması brendin tanınmasını artırır və onu rəqiblərdən fərqləndirməyə kömək edir. Bu SEO təsviri brendin uğurla rəqabət aparmasında brendinqin əhəmiyyətini vurğulayır. Brend imici brendin istehlakçının şüurunda yaratdığı təsəvvürdür. Güclü brend imici brendə sadıqlıyı və ona üstünlük verilməsini artırır. O, rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsində və hədəf auditoriyaya effektiv çatmaqda mühüm rol oynayır.	
Kursun məqsədləri	Fənnin məqsədi: Fənnin tədrisinin əsas məqsədi tələbələrin əsas yaradıcı bacarıqlarını inkişaf etdirməkdir. Brend imicinin yaradılması prosesi bir neçə mərhələdən ibarətdir:	

	İlk növbədə brendin hədəf auditoriyası və bazarı haqqında hərtərəfli araşdırma aparılmalıdır. Brend üçün hansı dəyərlərin vacib olduğu və necə bir imic yaradılmalı olduğu müəyyən edilməlidir. Brendin loqosu, rəngləri, şüarı və dizaynı kimi elementlər birlikdə brendin korporativ identikasını formalaşdırır. Bu elementlərin brend dəyərlərini əks etdirməsi və hədəf auditoriyaya uyğun olması vacibdir. Brend dəyərlərinin müəyyən edilməsi brendin kimliyinin və imicinin qurulmasında əsas addımdır. Brend dəyərlərinə brendin təklif etdiyi faydalar və istehlakçıya çatdırmaq istədiyi mesajlar daxildir.		
Tədrisin (öyrənmənin) nəticələri	Fənnin ümumi tədrisi prosesində tələbələr bilməlidirlər: • qrafik dizaynın tarixi və növlərini; • qrafik dizaynda şriftlərdən istifadəni; • qrafik dizaynda rənglərdən istifadəni; • infoqrafika və qrafik simvollarından istifadəni; bacarmalıdırlar: • dizayner kimi düşünməyi; • layihə hazırlamağı və araşdırma aparmağı; • yeni brend üçün şirkət nişanı (loqotip) yaratmağı.		
Tədris metodları	Mühazirə	+	
	Qrup müzakirəsi	+	
	Praktiki tapşırıqlar	+	
	Praktiki məsələnin təhlili	+	
Qiymətləndirmə	Komponentlər	Tarix / son müddət	Faiz (%)
	Davamiyyət		5
	Tapşırıq		15
	Aralıq imtahan		30
	Fəallıq		15
	Yekun imtahan		35
	Cəmi		100
Tədris qaydaları	Mühazirə, seminar, təqdimat. Brendinq, İdentika və Loqo dizaynı üzrə mühazirələri fənn müəllimi aparacaq; mühazirə və tapşırıqlar işlənəcək. Tapşırıqlar seçilmiş mövzu əsasında yerinə yetiriləcək. Tələbələr tapşırıqların həllini müəllimlə müzakirə etməklə yanaşı, nəzəri biliklərini də təcrübədə tətbiq edəcəklər. Tələbələr kursun sonunda fərdi layihələrini təqdim edəcəklər. Layihə aralıq (30 bal) və yekun (35 bal) imtahanda qiymətləndiriləcək. Layihə tələbə tərəfindən təhvil verilməlidir. Bu tapşırığın məqsədi gələcək dizaynerlərə təqdimat etmək, qısa müddətdə kiçik araşdırma aparmaq və dizayn etmək bacarıqlarını öyrətməkdir. Təqdimat aralıq imtahandan əvvəl, sentyabr və oktyabr aylarında təhvil verilməlidir. Dərslərin son həftəsindən sonra təhvil üçün əlavə vaxt verilmir. Qeyd: Fənnin məqsədinə uyğun olaraq, layihələr tələbə tərəfindən fərdi şəkildə, plagiat olmadan hazırlanmalıdır.		

	Tələbəyə verilən ev tapşırıqları hər dərsdə yoxlanılacaq və yerinə yetirilmiş hər tapşırıq üçün 1 bal veriləcək. Semestrin sonunda bu, minimum 0, maksimum 15 bal kimi qiymətləndiriləcək. İstisna: Əgər tələbə üzrlü səbəbdən (ailə vəziyyəti və sağlamlıqla bağlı) işin təhvil mərhələsində iştirak edə bilməyəcəyi barədə fakültə dekanını əvvəlcədən məlumatlandırılıbsa və ya müvafiq sənəd (ərizə və ya arayış) təqdim edibsə, yalnız bu halda tələbə işi son müddətdən sonra təhvil verə bilər. Davamiyyət: Dərsə davamiyyət üçün maksimum bal 5-dir. Tələbə semestr ərzində fənn üzrə bütün dərslərdə iştirak edərsə, ona 5 bal verilir. Semestr ərzində fənn üzrə buraxılmış dərslərin ümumi sayı (xəstəlik, ailə vəziyyəti və s.) müəyyən edilmiş 25% həddi aşarsa, tələbə imtahan sessiyasına buraxılmır və onun barəsində müvafiq qərar qəbul edilir. İmtahanlar: Aralıq imtahan sentyabr və oktyabr aylarında keçilmiş mövzular üzrə (layihə təhvil verildikdən sonra), yekun imtahan isə noyabr və dekabr aylarında keçilmiş mövzular üzrə (layihə təhvil verildikdən sonra) keçiriləcək. Fənnin başa vurulması qaydası: Tələbənin bilikləri maksimum 100 balla qiymətləndirilir. 60% və yuxarı ümumi nəticə fənnin uğurla başa vurulması hesab olunur. Borcu olan tələbə bu fənni növbəti semestrə və ya növbəti ildə yenidən götürə bilər. Tələbənin davranış qaydaları: Tələbəyə Universitetin daxili intizam qaydalarını pozmaq və mobil telefondan istifadə etmək qadağandır. Dərs zamanı tədris prosesini və etik qaydaları pozmaq qadağandır. Dərs zamanı tələbələr arasında icazəsiz söhbətlər də qadağandır.
--	---

Cədvəl (dəyişdirilə bilər)

Həftə	Tarix	Mövzular	Dərslik / Tapşırıqlar
1		Qrafik dizayn fənninə və onun əsas məqsədlərinə giriş. Qrafik dizaynın tarixi.	Video və PDF materiallar. Eskiz axtarışı. Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). Meggs' History of Graphic Design (6-cı nəşr). Wiley. – (s. 1–35: Giriş; s. 36–80: Qrafik dizaynın erkən tarixi)
2		Qrafik dizaynın əsas növləri. Qrafik dizaynda infoqrafika.	Piktoqramlar. Ambrose, G., & Harris, P. (2011). Fundamentals of Graphic Design. AVA Publishing. – (s. 10–40: Qrafik dizayn növlərinin təsnifatı; s. 50–80: Infoqrafika ilə vizual hekayə)
3		Qrafik işarələr, piktoqramlar (ikonlar). Piktoqramlar (eskiz axtarıqları).	Eskiz axtarışı. Dreyfuss, H. (2003). Symbol Sourcebook: An Authoritative Guide to International Graphic Symbols. Wiley. – (s. 1–40: Standart ikon və simvollar; s. 45–70: Piktoqram dizaynı nümunələri)

4		Şrift, tipografiya. Əsas növləri və istifadə qaydası. "Neyminq" (ad) əsasında şriftin stilizasiyası.	"Neyminq" stilizasiyası. Lupton, E. (2010). Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students (2-ci nəşr). Princeton Architectural Press. – (s. 1–55: Tipografiyanın əsasları; s. 90–115: Şrift növlərinin adlandırılması və təsnifatı)
5		Məşhur loqolar və onların təkamülü. Məşhur loqoların öyrənilməsi. Loqoların təkamülü.	Qrafik kompüter proqramında iş və tapşırıq. Wheeler, A. (2018). Designing Brand Identity (5-ci nəşr). Wiley. – (s. 60–95: Loqo növləri; s. 200–220: Məşhur loqolar üzrə nümunə təhlilləri)
6		Qrafik illüstrasiya. Həndəsi fiqurlar və şriftin kompozisiyası.	Bowles, C., & Isaacson, J. (2019). Foundations of Digital Art and Design with Adobe Illustrator (2-ci nəşr). New Riders.
7		Aralıq imtahan	
8		Söz stilizasiyası və qrafik simvollar. Loqo növləri: mətn, işarə və birləşmiş loqolar.	Seminar-məşğələ. Söz stilizasiyası və piktoqramlar (qrafik simvollar). Thompson, W., & Sorvig, K. (2017). Sustainable Landscape Construction: A Guide to Green Building Outdoors (3-cü nəşr). Island Press.
9		(Proses) Mövzuya uyğun loqonun seçilməsi və hazırlanması.	Praktiki iş. Wheeler, A. (2018). Designing Brand Identity (5-ci nəşr). Wiley. – (s. 180–220: Brend mövzusunə görə loqo seçimi; s. 230–260: Loqo dizaynı)
10		Loqo dizaynı: hazırlanma qaydaları. Loqo: eskiz axtarışı. Loqo. Rəng spektri.	Praktiki iş. Evamy, M. (2015). Logo: The Reference Guide to Symbols and Logotypes (yenilənmiş nəşr). Laurence King Publishing. – (s. 200–250: Loqonun hazırlanması və eskiz nümunələri; s. 260–280: RGB və CMYK rənglərinin tətbiqi)
11		Korporativ brendinq və identika. Brendbuk.	Brendinq. İdentikanın yaradılması. Neumeier, M. (2006). The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. New Riders. – (s. 50–85: Korporativ brendinq; s. 160–185: Brend identikası üzrə təlimatlar)

12		Reklam dizaynı haqqında (poster, flayer, broşür). Hazırlanmış loqo üçün brendinq (korporativ üslub).	Reklam materialının yaradılması. Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). Graphic Design: The New Basics (2-ci nəşr). Princeton Architectural Press.
13		Açıq və qapalı məkan reklamı. Brendinq. Reklamda istifadəsi. Bilbord, poster.	Reklam çarxı/materialı hazırlanması. Ambrose, G., & Harris, P. (2011). Fundamentals of Graphic Design. AVA Publishing. – (s. 120–150: Reklam maketləri; s. 160–190: Brendinqin poster və bilbordlara inteqrasiyası)
14		Poster dizaynı (hazırlanma qaydaları). Hazırlanmış brend üçün poster dizaynı.	Mokap və istifadə qaydaları. Rezümə və portfolio: hazırlanma qaydaları. Heller, S., & Ilić, M. (2009). Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. Peachpit Press. – (s. 150–180: Brend loqolarının posterə uyğunlaşdırılması; s. 185–210: Poster dizaynında vizual ardıcılıq)
15		Tamamlanmış layihə.	Layihənin 50x70 sm lövhədə tamamlanması. Ambrose, G., & Harris, P. (2011). Fundamentals of Graphic Design. AVA Publishing. – (s. 160–190: Tamamlanmış poster və broşür nümunələri; s. 200–220: Yekun layihə kompozisiyası və qiymətləndirilməsi)
		Yekun imtahan	