

Ümumi məlumat	Fənnin adı, kodu və kreditlərin sayı	DSN 440 Vizual Kimlik Dizaynı, 6 AKTS
	Departament	Memarlıq və dizayn departamenti
	Proqram (bakalavr, magistr)	Bakalavr
	Tədris semestri	2024/25-cü tədris ilinin payız semestri
	Fənni tədris edən müəllim (lər)	Dəniz Baxışzadə PhD tələbəsi
	E-mail:	denizbaxiszade@gmail.com
	Telefon:	+99451 458 47 82
	Mühazirə otağı/Cədvəl	Neftçilər korpusu,
	Məsləhət saatları	Tələbələrlə razılaşdırılan vaxtlarda
Prerekvizitlər	-	
Tədris dili	Azərbaycan dili	
Fənnin növü (məcburi, seçmə)	Seçmə	
Dərslilər və əlavə ədəbiyyat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meggs tərəfindən Qrafik dizaynın tarixi. ABŞ, 2012 2. Bob Qordon tərəfindən Qrafik Dizayn (Mobil Essentials). Böyük Britaniya, 2011 3. Alina Wheeler-in Brend Kimliyi Dizaynı. Kanada, 2013 4. Loqo Modernizmi, Jens Müller, 2015. 5. Tam Qrafik Dizayner: Qrafika və Vizual Ünsiyyəti Anlamaq üçün Bələdçi. Rayan Hembri, 2011.. 6. Niyə Fantastika vacibdir. Sarah Hyndman. London, 2016. <p>Loqo Michael Evamy-ə məxsusdur. London, 2012.</p>	
Kursun təsviri	<p>Fənnin tədrisi zamanı tələbələrə ümumi qrafik dizaynın tarixi və növləri, müvafiq dərslilərlə işləmək, yaradıcılıq bacarıq və vərdişlərinin aşılması, reklam dizaynı, korporativ firma üslubu (Brendinq) və loqo dizaynı öyrədilir.</p> <p>Brendləşmə brendin şəxsiyyətini, dəyərlərini və məqsədlərini müəyyən edən strateji prosesdir. Bu tərif markanın hədəf auditoriyasına necə görünmək istədiyini və onlara necə təsir etmək istədiyini müəyyən edir. Bu SEO təsviri brendinqlə maraqlanan insanlara bu konsepsiyanın nə olduğunu və nə üçün bizneslər üçün vacib olduğunu anlamağa kömək etmək üçün hazırlanmışdır. Brendiniz üçün güclü bir şəxsiyyət yaratmaq, marka şüurunu artırır və rəqiblərinizdən fərqlənməyə kömək edir. Bu SEO təsviri, markanızın uğurla rəqabət aparması üçün brendləşdirmənin vacibliyini vurğulayır.</p> <p>Brend imici bir markanın istehlakçının şüurunda yaratdığı qavrayışdır. Yaxşı bir marka imici ilə markaya sadiqlik və üstünlük artır. Brend imici rəqabət üstünlüyü əldə etmək və hədəf auditoriyaya effektiv şəkildə çatmaq üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.</p>	
Kursun məqsədləri	<p>Kursun tədrisində əsas məqsəd tələbələrin əsas yaradıcılıq bacarıqlarını inkişaf etdirməkdir. Brend imicinin yaradılması prosesi bir neçə mərhələdən ibarətdir:</p> <p>İlk növbədə brendin hədəf auditoriyası və bazarı ilə bağlı hərtərəfli araşdırma aparılmalıdır. Brend üçün hansı dəyərlərin vacib olduğu və hansı imic yaratmaq lazım olduğu müəyyən edilməlidir. Brendin loqosu, rəngləri, şüarı və dizaynı kimi elementlər brendin korporativ kimliyini təşkil edir. Bu elementlərin marka dəyərlərini əks etdirməsi və hədəf auditoriyaya uyğun olması vacibdir. Brend dəyərlərinin müəyyən edilməsi brendin şəxsiyyətinin və imicinin yaradılmasında əsas addımdır. Brend dəyərlərinə brendin təklif etdiyi üstünlüklər və istehlakçıya vermək istədiyi mesajlar daxildir.</p>	
Tədrisin (öyrənmənin) nəticələri	<p>Kursun ümumi tədris prosesi zamanı tələbələr:</p> <p>bilməlidir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • qrafik dizaynın tarixi və növlərini öyrənmək; • şriftlərdən istifadə qaydalarını öyrənmək; • rənglərdən istifadə etməyi öyrənməlidir; • infoqrafika və qrafik simvollarıdan istifadə qaydalarını öyrənmək; <p>bacarmalıdır:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dizayner kimi düşünmək bacarığı • layihənin inkişafı, tədqiqat • yeni Brend üçün Şirkət nişanı (Loqotip) yarada bilmək; 	

Tədris metodları	Mühazirə		+
	Qrup müzakirəsi		+
	Praktik məşqlər		+
	Praktik məsələnin təhlili		+
Qiymətləndirmə	Komponentləri	Tarix/son müddət	Faiz (%)
	Davamiyyət		5 bal
	Fəallıq		15 bal
	Tapşırıq		15 bal
	Aralıq imtahanı		30 bal
	Final imtahanı		35 bal
	Yekun		100 bal
Qaydalar (Tədris siyasəti və davranış)	<p>Dərs prosesi və təqdimat tapşırığı haqqında</p> <p>Brendləşdirmə, Kimlik və Logo dizayn kursları kurs müəllimi tərəfindən veriləcək və dərslər və tapşırıqlar müvafiq dizayn proqramlarında işlənəcək. Seçilmiş mövzuya uyğun tapşırıqlar yerinə yetiriləcək. Şagirdlər tapşırıqların həllini müəllimlə müzakirə etməklə yanaşı, həm də nəzəri biliklərini praktikada tətbiq edəcəklər.</p> <p>Kursun sonunda tələbələr öz fərdi layihələrini təqdim edəcəklər.</p> <p>Aralıq (30 bal) və yekun (45 bal) imtahanında qiymətləndiriləcək.</p> <p>Layihə tələbə tərəfindən təqdim edilməlidir. Bu tapşırığın məqsədi gələcək dizaynerlərə qısa müddət ərzində təqdimat hazırlamaq, müəyyən araşdırmalar aparmaq və layihələndirmə bacarıqlarını öyrətməkdir.</p> <p>Təqdimat sentyabr və oktyabr aylarında aralıq imtahanından əvvəl təqdim edilməlidir. Son həftədən sonra çatdırılma üçün əlavə vaxt verilmir. classes.</p> <p>Note: In accordance with the purpose of the subject, the projects must be prepared Qrafik dizayn proqramında tələbə tərəfindən fərdi şəkildə, plagiatızsız.</p> <p>Tələbəyə verilən ev tapşırığı hər dərs yoxlanılacaq və hər yerinə yetirilən tapşırığa 1 bal veriləcək. Semestrin sonunda bu minimum 0, maksimum 20 bal kimi qiymətləndiriləcək.</p> <p>İstisna: Tələbə üzrlü səbəblərə görə (ailə vəziyyəti və səhhəti ilə əlaqədar) işin təqdimat mərhələsində iştirak edə bilməyəcəyi barədə fakültə dekanına əvvəlcədən məlumat veribsə və ya müvafiq sənədi (ərizə və ya arayış) təqdim edibsə, yalnız bu halda tələbə son tarixdən sonra iştirak edə bilər. İşi çatdırıb bilər.</p> <p>Davam edin:</p> <p>Kursda iştirak üçün maksimum bal 5 baldır. Balların sayı aşağıdakılara əsaslanır: Tələbə semestr ərzində fənn üzrə bütün mühazirələrdə iştirak edərsə, ona 5 bal verilir. Semestr ərzində buraxılmış dərslərin ümumi sayı müəyyən edilmiş 25%-lik həddi keçdikdə (xəstəlik, ailə vəziyyəti və s.) tələbə imtahan sessiyasına buraxılmır və onun barəsində yekun qərar qəbul edilir.</p> <p>İmtahanlar:</p> <p>Aralıq imtahanı sentyabr və oktyabr aylarında (layihə çatdırıldıqdan sonra), buraxılış imtahanı isə noyabr və dekabr aylarında (layihə çatdırıldıqdan sonra) tədris olunan kurslardan keçirilir.</p> <p>Kursu bitirmə qaydası.</p> <p>Tələbənin biliyi maksimum 100 balla qiymətləndirilir. Ümumiyyətlə, 60% və ya daha yüksək müvəffəqiyyət dərəcəsi kursu bitirmiş sayılır. Qüsurlu tələbə növbəti semestrə</p>		

və ya növbəti ildə bu kursu təkrar ala bilər.
Tələbə davranış kodeksi.
Tələbənin Universitetin daxili intizam qaydalarını pozması və mobil telefondan istifadə etməsi qadağandır. Dərs zamanı tədris prosesini və etik qaydaları pozmaq qadağandır. Dərs zamanı tələbələr arasında icazəsiz müzakirələr də qadağandır.

Cədvəl (dəyişdirilə bilər)

Həftə	Tarix	Fənnin mövzuları	Dərslik/Tapşırıqlar
1.		Qrafik dizayna giriş və onun əsas məqsədləri. Qrafik dizaynın tarixi.	Video və pdf materiallar. Eskizləri axtarın.
2.		Qrafik dizaynın əsas növləri. Qrafik dizaynda infoqrafika.	Piktoqramlar.
3.		Qrafik işarələr, piktoqramlar (ikonalar) Piktoqramlar (kiçik şəkillərdə axtarışlar)	Eskizləri axtarın.
4.		Şrift, tipoqrafiya. Əsas növlər və istifadə qaydası.	"Nomenklatura" stilizasiyası.
5.		"Adlandırma" əsasında şriftin stilizasiyası.	
6.		Logo və onun əsas növləri.	Qrafik kompüter proqramında iş və tapşırıq.
7.		Aralıq imtahanı	
8.		Söz stilizasiyası (kiçik şəkil axtarışları) Planşetdə stilizə edilmiş söz və simvolların yerləşdirilməsi və çapı.	Seminar-məşq. Sözlərin stilizasiyası və piktoqramlar (qrafik simvollar).
9.		Mövzuya uyğun loqonun seçilməsi və hazırlanması.	Praktik iş
10.		Loqo dizaynı (hazırlanma qaydaları) Loqo (kiçik axtarışlar) Logo. Rəng spektri. (RGB CMYK)	Praktik iş.
11.		Korporativ Brendinq və Kimlik. Brendbook.	Brendləşmə. Şəxsiyyətin yaradılması.
12.		Reklam dizaynı haqqında. (Afişa, flayer, broşür) Hazırlanmış loqo üçün brendinq. (Korporativ stil)	Reklam materialının yaradılması.
13.		Xarici və Daxili Reklamlar. Brendləşmə. Reklamda istifadəsi. Bilbord, afişa.	Kommersiya yaradılması.
14.		Poster dizaynı (hazırlanma qaydaları) Poster dizaynı brend üçün hazırlanmışdır.	Modellər və istifadəçi təlimatları. CV və Portfolio. Hazırlıq qaydaları.
15.		Tamamlanmış layihə.	Layihənin 50x70 sm ölçülü lövhədə tamamlanması.
Final imtahanı			

Təsdiq edir: Dos. Abbasova Ş.A.
Memarlıq və dizayn departamentinin rəhbəri