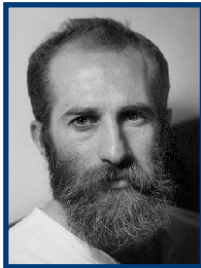




■ دکتر علیرضا صدر محمدی (مدیر عامل گسترش تبلیغات)

■ گرافیک، بازاریابی و تبلیغات

کلیات Marketing Strategy, Marketing research, Marketing Sterategy, هویت بازار، استراتژی ها Image، کلیات تبلیغات، شناخت رسانه ها و عملکرد گرافیک و طراح گرافیک در حوزه تبلیغات و به تفکیک رسانه ها، اهم موضوعات این درس است.



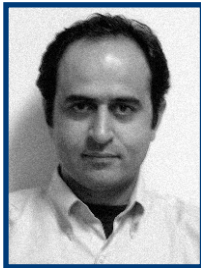
■ رضا عابدینی (مدرس دانشگاه - مدیر خلاقیت - طراح گرافیک)

■ ۱- حروف فارسی و تصویر

تجربیات گوناگون و بنیادین درخصوص ارتباط حروف فارسی و تصویر، اعم از متن یا تیترا، بررسی امکانات ویژه خط فارسی و بکارگیری آن در آثار گرافیک

■ ۲- پوستر

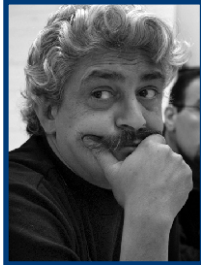
این موضوع در دو بخش تئوری و کارگاهی ارائه می شود:
اول بررسی و تحلیل آثار و احوال پوستر سازان بزرگ جهان و پس از آن، کارگاههای عملی که طی آن به چگونگی برخورد با موضوع، یافتن ایده، انتخاب تکنیک، پرداخت و پردازش، رنگ، امکانات پوستر و ویژگیهای آن پرداخته می شود.



■ مجید عباسی (مدرس دانشگاه - رئیس هیئت مدیره شرکت گرافیک دید)

■ گستره هویت سازمانی و طراح گرافیک

طراحی هویت سازمانی یک وظیفه ی جامع است که محدود به طراحی نشانه نمی شود. اگر نشانه را یک جزء فرض کنیم، هویت سازمانی به کل آن اطلاق می شود که - به روابط بین اجزای آن مربوط شده - و یکپارچگی آن را معین می سازد. طراح گرافیک باید هر سفارش را در قالب این کلیت تجزیه و تحلیل کند، هر چند که گستره ی آن به او سفارش داده نشده باشد. بدینوسیله او راه حلی برای سفارش مشخص می کند که قابلیت و توانایی توسعه ایده ی آن در زمینه های مختلف را دارد.



■ امرالله فرهادی (طراح گرافیک - مشاور و برنامه ریز تبلیغات)

■ چگونه یک کمپین تبلیغاتی موفق را برنامه ریزی و خلق کنیم؟

غالب پروژه ها و کمپین های موفق تبلیغاتی، حاصل اندیشه و کار تیم های تخصصی و حرفه ای اند. در این درس سعی بر آن است که هنرجویان کلیه مراحل کار از دریافت سفارش، برنامه ریزی کار گروههای مختلف، وظایف و مأموریتهای آنان، خلق و پردازش ایده، تولید، برنامه ریزی بودجه و رسانه، اجرا تا ارزیابی و اندازه گیری میزان اثر بخشی کمپین را به درستی فراگرفته و تمرین کنند.



■ کوروش قاضی مراد (طراح گرافیک - کارشناس امور فنی)

■ آماده سازی یک اثر گرافیکی پیش از چاپ

پیدایش کامپیوتر، حضور و تسلط آن به عنوان یکی از اصلی ترین ابزار بلامنازع در حوزه کاری طراحان گرافیک، غیر قابل چشم پوشی است.
این درس هنرجویان را با شیوه های حرفه ای آماده سازی پیش از چاپ و روش های ساده بکارگیری نرم افزارهای وابسته و ارتباط فیما بین آنها آموزش داده و به بسیاری از اشکالات، اشتباهات، قابلیت ها و امکانات آن آشنا می سازد تا در نهایت بتوانند یک سند بدون عیب و نقص را به عنوان فایل خروجی آماده نمایند.



■ علی قدس (MBA - مدیریت اجرایی با گرایش استراتژی)

■ مبانی و اصول مذاکرات موفق

در این دوره هنرجو قابلیت شناسایی - ادراک - تجزیه و تحلیل، اتخاذ سیاست ها و پیاده سازی راه کارهای اصولی مورد نیاز برای موفقیت در مذاکرات و مدیریت تقابل و برخورد را می آموزد. از آنجا که برای مذاکره موفق هیچ فرمول ثابت شده ای وجود ندارد، هدف اصلی این درس آموزش و فراگیری فاکتورهای اصلی در تجزیه و تحلیل سیستماتیک مبانی مذاکره است که به ابزاری مناسب و کارآمد برای مدیریت مذاکره و انتخاب استراتژی صحیح بدل می شود.