

آموزشگاه آزاد هنرهای تجسمی ویژه

آموزشگاه « ویژه » چرا و چگونه پدید آمد؟

چند سالی پس از انقلاب، گروهی از اساتید و پیش کسوتان گرافیک ایران با هدایت و راهبری استاد مرتضی ممیز در اندیشه راه اندازی یک مرکز آموزش علمی و تخصصی در حوزه گرافیک، چند ماهی را بطور مستمر تلاش کردند.

هدف این اساتید بر اساس ضرورتها و نیازهای موجود، تأسیس دانشکده ای بود که خارج از نظام آموزشی موجود، دروس مورد نظر را با تکیه بر توانمندی ها و دانش تجربی به صورت کارگاههای حرفه ای و تخصصی آموزش دهند، که جای آن نیز بسیار خالی بود.

مقررات و مدیریت آموزش عالی آن زمان، متأسفانه دغدغه ها و تلاش های این عزیزان را به بن بست کشانید. از آن زمان تا کنون در بسیاری از مقالات، گفت و گو ها، بحث و تبادل نظرها، همواره به نارسائیهای بدیهی در نظام آموزشی کشور به طور جدی اشاره می شود.

برخی از دلسوزان حوزه گرافیک هم با همت فردی خود کلاسهای خصوصی و یا آموزشگاههایی را نیز راه اندازی کردند تا گوشه ای از این عرصه وسیع را پوشش دهند، اما کثرت خواستاران و گستردگی این رشته، هر روز ضرورت توجه و تأمل بیشتر در توسعه مراکز آموزشی را طلب می کند.

تأسیس و رونق یافتن کار تشکل حرفه ای "انجمن صنفی طراحان گرافیک" پس از برگزاری چند دو سالانه که طی دو دوره گذشته به نقطه عطفی در تاریخ گرافیک ایران بدل شد، اتحاد – همدلی و هم فکری بسیاری از پیش کسوتان و خلاقان نسل جوان گرافیک را پدید می آورد و زباز ساخت.

اکنون بسیاری از این اساتید با تعهد به رسالت معلمی شان گرد هم آمده اند تا با تکیه بر نیازها، ضرورت ها و هم گرایی تلاش های پراکنده، مجموعه ای را بنیان گذارند تا با تمرکز، دانش آکادمیک هنرجویان را تکمیل نموده و عرصه های نو را به چالش فرا بخوانند.

هم چنین با تأکید بر تخصصی و کاربردی بودن آنچه می آموزند، زمینه ها و بسترهای لازم را برای توسعه آموزشی هنر و طراحی گرافیک در عرصه های گوناگون از جمله بازاریابی و تبلیغات فراهم آورند.

"آموزشگاه آزاد هنرهای تجسمی ویژه" حاصل این اندیشه است که طی دو سال تلاش پی گیر، مشاوره ها و همفکری بسیار با بزرگان – اندیشمندان و اساتید صاحب نام گرافیک اکنون به بهره برداری رسیده است.

دروس معرفی شده در این بروشور، مواردی هستند که برحسب آمادگی اساتید در ارائه طرح و برنامه درسی آمده، که انشاء... در دوره های بعد، دروس و اساتید گرانقدر دیگری را معرفی و اعلام خواهیم کرد.

رئیس شورای برنامه ریزی و آموزش :

■ مرتضی ممیز

شورای برنامه ریزی و آموزش :

■ ابراهیم حقیقی

■ مسعود سپهر

■ شهرزاد اسفراجانی

دبیر شورا:

■ امرالله فرهادی

هیئت مؤسس:

■ امرالله فرهادی

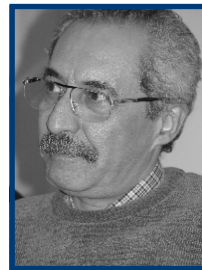
■ علیرضا اسماعیلی

■ کمال کاملیا

■ حبیب هادیزاده مقدم

مدیر آموزشگاه :

■ حبیب هادیزاده مقدم



تهران - کدپستی ۱۵۳۳۸/۶۴۸۶۱، خیابان خرمشهر، خیابان شهید عربعلی (نوبخت)، کوچه سوم، شماره ۱۹، تلفن و دورنگار: ۵-۸۸۷۳۳۶۷۴
www.vijecorp.com e-mail: com.arts@vijecorp.com



آموزشگاه هنرهای تجسمی ویژه

شروع کلاسهای دوره اول: دی ماه ۱۳۸۴ پیش ثبت نام حضوری: آبان ماه ۱۳۸۴

تیترا درس ها و نام اساتید:

■ شهرزاد اسفراجانی (مدرس دانشگاه - رئیس هیئت مدیره شرکت داروگ)

■ ۱- مبانی تبلیغات و گرافیک تبلیغاتی

در این کارگاه دانشجویان به نحوه طراحی و روند اجرایی خلق یک برنامه تبلیغاتی و گرافیک آن آشنا می شوند.

■ ۲- خلق یک برند و گسترش آن

■ ۳- راه اندازی، مدیریت و فروش خدمات در یک دفتر طراحی



■ مصطفی اوجی (مدیر گروه گرافیک و عضو هیئت علمی دانشگاه هنر)

■ تایپوگرافی

تعاریف، مبانی، نقش و اهمیت حروف در یک اثر گرافیکی، بررسی و تجزیه و تحلیل حروف به عنوان یک عنصر غیرفیکوراتیو یا آبنسره در آثار گرافیکی و ارزشهای بصری آن، مطالعه بر فضاهای مثبت و منفی، ارزشهای خاکستری و اجرای پروژه های عملی از عناوین مهم این برنامه درسی است.



■ آریاسب دادبه (مدرس هنرستان)

■ خط در بستر فرهنگ ایرانی

پیشینه نوشتن، چگونگی پیدایش خط از دو منظر اسطوره و تاریخ، بررسی نمونه های گوناگون خط در تمدن و فرهنگ ایرانی، ارتباط خطوط، نقش و اهمیت حکومتها و چگونگی پیدایش خطوط مستقل ایرانیان، مبانی زیبایی شناسی خطوط ایرانی و ارتباط آن با موسیقی، معماری و شیوه های کاربردی خط و ... از عناوین حائز اهمیت این درس است.



■ علی رشیدی (مدرس دانشگاه - دبیر بین الملل نشریه نشان)

■ یک ایده خلاق چگونه شکل می گیرد؟

هر ایده خلاق نیازمند شناخت دقیق موضوع، شناخت مخاطب، بررسی مفاهیم انسانی - اجتماعی و یافتن راه حل مناسب که پاسخگوی نیاز مخاطب باشد را طلب می کند. در این مبحث درسی علاوه بر موارد فوق روش های مختلف ایده پردازی خلاق و ارزیابی آن مورد توجه قرار می گیرد. به علاوه دانشجویان مجموعه ای از تمرینات ایده پردازی تا رسیدن به یک ایده خلاق را بصورت فردی و گروهی مورد آزمایش قرار می دهند.



■ مسعود سپهر (مدرس دانشگاه - مدیر طراحی کارگاه گرافیک سپهر)

■ طرح جامع هویت سازمانی (Corporate Identity)

بخش نظری شامل: تعاریف و مفاهیم بنیادی، پیشینه دور و نزدیک، اصطلاحات و واژه های مترادف (لاتین)، اهداف و ضرورتها است. بخش عملی شامل: بخشهای مختلف اجرایی، تعریف و اجرای یک پروژه اجرایی - کارگاهی به صورت گروهی به موازات کلاس ها خواهد بود.

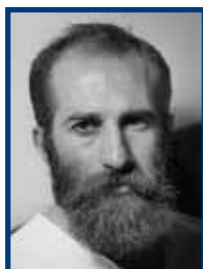




■ دکتر علیرضا صدر محمدی (مدیر عامل گسترش تبلیغات)

■ 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 فرا گرفته 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.



■ مهرداد کشتی آرا (مدرس دانشگاه - کارشناس امور فنی)

■ چاپ ماشینی

تاریخچه مختصر چاپ و انواع آن، آماده سازی و فرم بندی، لیتوگرافی، شناخت کاغذ و مقوا، تیغ و برش، صحافی و جلد سازی، طلاکوب، پوشش های گوناگون، شیوه ها و مراحل نظارت بر چاپ، لیتوگرافی و ... دانش و اطلاعاتی است که هر طراح گرافیک حرفه ای بدان نیازمند است که در این درس بدان پرداخته می شود.



■ ساعد مشکی (مدرس دانشگاه - محاب امتیاز نشریه نشان)

■ هماهنگی موضوع و اثر

دریافت های ما از طریق حس های پنج گانه، ما را به خواص فیزیکی موضوع می رساند اما قادر نیستند به درک فضا و آتمسفر موجود در یک پدیده برسند . در این درس تلاش می شود تا ضمن تقویت حس های پنج گانه و هماهنگ کردن آن ها در مسیر خلق اثر گرافیکی، هنرجو با فضا و آتمسفر موجود در کار آشنا شود. این کلاس خارج از روش های آکادمیک ، بر ویژگیهای فردی استوار است که هنرجو را قادر می سازد تا پیش از آنکه رسم کند فکر کرده و به هماهنگی میان طراحی ، موضوع و احساس شخصی برسد.



■ علیرضا مصطفی زاده (مدرس دانشگاه - مدیر خلاقیت - طراح گرافیک)

■ خلاقیت، گرافیک، تبلیغات

در این درس با هدف آشنایی طراحان و فارغ التحصیلان رشته گرافیک با حوزه کاری تبلیغات و نیز انگیزش خلاقیت در آنان سعی می شود تا از طریق فعال نمودن ذهن هنرجویان ، آشنایی با ویژگیها و شیوه های گوناگون خلاقیت، فعالیت های تبلیغاتی و مسیرهای آن، ساختار و مراحل مختلف پروژه های تبلیغاتی و چگونگی بکارگیری خلاقیت در تبلیغات ، امکانی برای جذب آنان در بخش تبلیغات تجاری فراهم شود.



■ دکتر غلامحسین معتمدی (روانپزشک)

■ روانشناسی خلاقیت

تعریف مبانی، کلیات و نظریه های گوناگون درباره خلاقیت، فیزیولوژی خلاقیت، شخصیت خلاق – روش های مسئله گشایی خلاقانه، خانواده، جامعه و فرهنگ از جمله مباحث درس روانشناسی خلاقیت است.



■ مرتضی ندایی (پژوهشگر - تهیه کننده و کارگردان فیلم های مستند)

■ مبانی تحقیق در علوم انسانی (با تأکید بر رشته گرافیک)

خلق هر اثر هنرمندانه به ویژه در حوزه ی گرافیک و تبلیغات که بتواند پاسخگوی نیازها واهداف سفارش دهنده باشد، نیاز به درک و هضم رسالتهای و مأموریتها و همچنین آشنایی دقیق با پیام و پیام گیران دارد. در این برنامه درسی، هنرجویان ضمن شناخت تعاریف و مبانی تحقیق در علوم انسانی، با روشهای گوناگون تحقیق، منابع و مراجع، عوامل ناخواسته ی کاهش روایی تحقیق ، نمونه گیری و نقش آن در تحقیقات، روش جمع آوری اطلاعات، مخاطب شناسی یا روان شناسی پیام گیران و جمع بندی و نتیجه گیری اطلاعات بدست آمده، آشنا می شوند.



■ کسری یوسفی (طراح وب)

■ Web Design Concept

هدف این دوره آشنایی طراحان گرافیک و افرادی که در بخشهای مختلف صنعت تبلیغات فعالیت می کنند، با مفاهیم، ابزارها، روش های اجرایی، جریان کاری و مراجع علمی صنعت طراحی وب برای مطالعه بیشتر است. هنرجویان ضمن آشنایی با تصویر کلی صنعت وب، توانایی شناسایی، ایجاد رابطه، به کار بردن منابع فنی و انسانی مربوط به این صنعت را خواهند یافت و مهمتر از آن می توانند مسیر تخصصی تر مورد علاقه خود را در میان مسئولیت های بی شمار و متنوع این صنعت بیابند.