

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	Σχολή Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	Τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Προπτυχιακό		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	N1-7090	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Z
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Σχεδιασμός και Οργάνωση της Επικοινωνίας		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
	4	6	
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	Μάθημα Ειδικότητας (ΜΕ)		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΝΑΙ (ΑΓΓΛΙΚΗ)		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://eclass.uniwa.gr/courses/GD169/">https://eclass.uniwa.gr/courses/GD169/</a>		

### (1) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b></p> <p><i>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</i></p> <p><i>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>• Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β</li> <li>• Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul>
<p>Το μάθημα διερευνά την οργάνωση συστημάτων σχεδιασμού που χρησιμεύουν στην ενοποίηση της εμφάνισης και τον συντονισμό παραγωγής ενός σχεδιαστικού έργου.</p> <p>Τα οπτικά χαρακτηριστικά, ενός έργου όπως το σχήμα, χρώμα, υλικά συνθέτουν ένα όχημα ανάγνωσης και αναγνώρισης που βοηθούν το κοινό να λειτουργήσει σε ένα χώρο. Τα σύμβολα και τα συστήματα ταυτότητας είναι τα βασικά στοιχεία ενός συστήματος σχεδιασμού της επικοινωνίας που επιδιώκουν να προσδιορίσουν συγκεκριμένα ένα αντικείμενο ή ένα χώρο για το κοινό και να</p>

χρησιμεύσουν ως ταυτότητα επικοινωνίας.

Για παράδειγμα ο χώρος και η λειτουργία ενός οργανισμού ή εταιρείας που στοχεύει σε διαφορετικούς αποδέκτες . Ο προσανατολισμός του επισκέπτη στον οργανισμό και ο σχεδιασμός εντύπων που πληροφορούν αυτόν για τις δραστηριότητες και υπηρεσίες του οργανισμού συνθέτουν ένα σχεδιαστικό πρόβλημα. Ακόμη εντονότερο πρόβλημα δημιουργείται σε μεγάλους πολυεθνικούς οργανισμούς με τη διαχείριση μεγάλης ποσότητας διαφορετικών τύπων πληροφοριών σε διαφορετικές γλώσσες. Σε αυτές τις περιπτώσεις επιβάλλεται συστηματική σχεδιαστική τάξη και σαφήνεια.

Η διδασκαλία του μαθήματος αποσκοπεί στην όσο το δυνατόν ολοκληρωμένη μελέτη του τρόπου ενοποίησης και συντονισμού των πτυχών μιας σύνθετης επικοινωνίας. Τα μαθήματα στοχεύουν στη ανάδειξη της μορφολογίας του σχεδιασμού που στηρίζει και διατηρεί ένα προϊόν, και του χαρακτήρα αυτού που δρα ως στοιχείο αναγνώρισης και προώθησης της ποιοτικής αξίας ενός προϊόντος.

### Σκοπός

Το μάθημα δίνει τη δυνατότητα στο φοιτητή να διερευνήσει το τρόπο ενοποίησης και συντονισμού των πτυχών μιας σύνθετης επικοινωνίας. Η αναγνώριση σχεδιαστική ομοιογένειας ως παράγοντας σχεδιαστικής ανάπτυξης επικοινωνίας ενός οργανισμού.

Η στρατηγική αντιμετώπισης και εκμάθησης του επικοινωνιακού σχεδιασμού ως συστηματική δραστηριότητα που ξεκινά από τον εντοπισμό της ανάγκης της αγοράς /του χρήστη μέχρι την επικοινωνία/ πώληση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας. Η κατανόηση της σχεδιαστικής δραστηριότητας που συμπεριλαμβάνει προϊόν / υπηρεσία, διαδικασία, καταναλωτές / δέκτες και επιχειρήσεις / οργανισμούς.

### Γενικές Ικανότητες

*Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;*

*Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών*

*Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις*

*Λήψη αποφάσεων*

*Αυτόνομη εργασία*

*Ομαδική εργασία*

*Εργασία σε διεθνές περιβάλλον*

*Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον*

*Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών*

*Σχεδιασμός και διαχείριση έργων*

*Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα*

*Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον*

*Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου*

*Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής*

*Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης*

*.....*

*Άλλες...*

*.....*

- Δυνατότητα να οργάνωσης δεδομένων
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Κριτήρια επιλογής, ανάπτυξης, έκφρασης και απόδοσης ενός έργου.
- Σχεδιαστική εφαρμογή των ιδεών
- Ανάπτυξη έργου ( ανάλυση, η έρευνα και η ατομική επιλογή)
- Προσωπική ευαισθητοποίηση και προβληματισμό του φοιτητή
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Επικοινωνιακή σύνθεση και καινοτόμες ιδέες

## (2) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### Θεωρία και Εργαστήριο

Το μάθημα δίνει τη δυνατότητα στον φοιτητή να επιτύχει συνεπή λεκτική και οπτική επεξεργασία ενός έργου, μειώνοντας το χρόνο παραγωγής και κόστος.

- Ο σχεδιασμός ενιαίας εικόνας απαιτεί μια προσεκτική προσέγγιση επίλυσης προβλημάτων για τον χειρισμό της πολυπλοκότητας.
- Ο φοιτητής καλείται να διερεύνηση σχεδιαστικά τη λεκτική και την οπτική γλώσσα των προϊόντων ενός οργανισμού ως γλώσσα επικοινωνίας με στόχο την ομοιογένεια της πληροφορίας και σχεδιαστική διαύγεια.
- Η σχεδιαστική μελέτη έχει ένα σύνολο σχεδιαστικών στόχων και αποσκοπεί στη δημιουργία ενός συνόλου γραφιστικών τυποποιημένων προτάσεων που αναδεικνύουν την ταυτότητα του οργανισμού.
- Το μάθημα μαθαίνει τους φοιτητές να είναι λύτες επικοινωνιακών προβλημάτων που δημιουργούν λύσεις ανεξάρτητα από το μέσο μέσα στα όρια της πραγματικότητας.

### 3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο στην τάξη</p>	
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Ανοικτά ακαδημαϊκά μαθήματα, Παρουσιάσεις με Power - Point ® Illustrator®, Photoshop®, Acrobat® κ.λπ.</p>	
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.  Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS</p>	<p><b>Δραστηριότητα</b></p>	<p><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></p>
	<p>Διαλέξεις και Έντυπες Σημειώσεις</p>	<p>40</p>
	<p>Ερευνητικό Στάδιο</p>	<p>20</p>
	<p>Μελέτη Βιβλιογραφίας</p>	<p>20</p>
	<p>Εκπόνηση Σχεδιαστικής Μελέτης - Ατομική Εργασίας (Εφαρμογή σχεδιασμού, Δημιουργικότητα μεθοδολογία σχεδιασμού, Ποσότητα και ποιότητα προτάσεων)</p>	<p>50</p>
	<p>Τελική παρουσίαση</p>	<p>20</p>
	<p>Σύνολο Μαθήματος</p>	<p>150</p>
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης  Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p>	<p><b>Θεωρία (35%)</b> Γραπτή Έκθεση που περιλαμβάνει έρευνα και αναφορές ως συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας  <b>Εργαστήριο (65%)</b> I. Η συμμετοχή του φοιτητή στο μάθημα και η συχνότητα διορθώσεων 15% II. Έρευνα 20% III. Η πρωτοτυπία 15% IV. Η αρτιότητα της εκτέλεσης 15%</p>	

<p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	<p>V. Τήρηση χρονοδιαγράμματος 15%  VI. Η παρουσίαση και τεκμηρίωση της σχεδιαστικής πρότασης 20%</p> <p>Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές στην εισήγηση του μαθήματος.  Ο κάθε φοιτητής παραλαμβάνει τα αποτελέσματα της γραπτής εξέτασης - μπορεί να δει το γραπτή του εργασία του μετά το πέρας των εξετάσεων.</p>
---	--

### (3) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

#### Ελληνική βιβλιογραφία

- Guiraud, P. (2004) *Η σημειολογία*. (μτφρ. Βασιλείου, Σάββας-Βάσος). Αθήνα: Δαίδαλος – Ι.Ζαχαρόπουλος.
- Windahl, S. & Signitzer, B. with Olson, T. J. (1998). *Εφαρμοσμένη επικοινωνία*. (μτφρ. Μεταξά, Κάτια) , Αθήνα: Καστανιώτη.
- Σκαρπέλος, Γ. (2011) *Εικόνα και κοινωνία*. Αθήνα: Τόπος.
- Χατζηθεοδώρου, Β. (2019) *Ολυμπιακά Εικονογράμματα, Σχεδιασμός και Σημειολογία*. Αθήνα: Ευρασία.

#### Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

- Arnheim, R. (1954). *Art and visual perception*. Berkeley: University of California Press.
- Bierut, M. (2007). *Seventy-nine Short Essays on Design*. New York: Princeton Architectural Press.
- Frascara, J. (2004). *Communication design, principles, methods and practice*. New York: Allworth Press.
- Kenney, K. (2009). *Visual communication research designs*. New York: Routledge.
- Massironi, M. (2002). *The psychology of graphic images, Seeing, Drawing, Communicating*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Olins, W. (ed.). (1995). *International Corporate Identity*. London: Laurence King Publishing.
- Olins, W. (2003) *Wally Olins on Brand*. London: Thames and Hudson.
- Pettersson, Rune. *Information Design, An Introduction*. Amsterdam: John Benjamin's Publishing Company, 1997.
- Ruder, E. (2001) *Typographie*. Switzerland: Verlag Niggli AG.
- Spencer, H (1969). *The Visible Word*. New York: Hastings House.
- Thyssen, O. (2010). *Aesthetic Communication*. (μτφρ. Dees, Russel), Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Tufte, E. R. (1990). *Envisioning Information*. Cheshire: Graphics Press.
- (2009). *The visual display of quantitative information*. Cheshire: Graphics Press, 2009.
- (2010). *Visual Explanations, images and explanations, evidence and narrative*. Cheshire: Graphics Press.
- Twyman, M. (1975). *Graphic Communication through the ISOTYPE*. Reading: University of Reading.
- Visocky O'Grady, J. and K.. (2008). *The information Design Handbook*. Switzerland: Roto Vision.
- Ware, C. (2004). *Information Visualization, Perception for Design*. San Francisco: Morgan Kaufman / Elsevier.
- Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Wildbur, P. and Burke, M, (1998). *Information Design, innovative solutions in contemporary design*. London: Thames and Hudson.

WolffOlins–Company. (1998).*The new guide to identity*. London: The Design Council, 1998.

Woolman, M. (2002). *Digital information graphics*. London: Thames & Hudson.