

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 15.04.2020
Ders Kodu HİT207	Ders Adı Temel Fotoğrafçılık	Dönem/Yıl Güz / 2. Sınıf
Ders Dili	Türkçe	AKTS Kredisi 4
Durumu	Zorunlu	
Ön şartlar	Yok	
Dersin Adresi		
Kredi	Teori	Uygulama
3	2	1
Öğretim Üyesi		
Ders Yardımcısı	-----	

Ders İçeriği	Teknik fotoğraf bilgileri (ışık, renk, film, makine v.b) çok yönlü olarak anlatılıp, öğrencilere sanatsal bakış açısı kazandıracak örnekler gösterilerek, fotoğrafın çeşitli amaçlarla kullanımı, fotoğrafçılık türleri uygulamalı olarak aktarılacaktır.
---------------------	---

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Giriş: Fotoğrafın doğuşu ve tarihsel gelişmesi, tanımı, önemi, teknik ve sanat yönü.
2	Fotoğraf - Işık İlişkisi
3	Fotoğraf - Renk İlişkisi
4	Film ve Film Çeşitleri
5	Fotoğraf Makinelerinin Yapısı ve Öğeleri
6	Diyafram ve Enstantane Kombinasyonu-Alan Derinliği Kavramı
7	Makinelerin Formatlarına Göre Sınıflandırılması
8	ARASINAV
9	Objektifler, Flaşlar
10	Pozometreler
11	Filtreler
12	Fotoğraf Makinesi Yardımcı Ekipmanları
13	Fotoğrafta Konu - Çekim İlişkisi / Kompozisyon
14	Çekim Bilgileri, Uygulama
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Temel Fotoğraf Bilgisi, Doç. Dr. Özer Kanburoğlu 2. Millî Eğitim Bakanlığı, MEGEP - Temel Fotoğrafçılık
Yardımcı Kitaplar	1. Basında Fotoğrafçılık, Prof. Dr. Suat Gezin

Değerlendirme Ölçütleri	Adet	Adet	Yüzde (%)
	Ara Sınavlar	1	40
	Kısa Sınavlar	-	-
	Ödevler	1	40
	Projeler	-	-
	Dönem Ödevi	-	-
	Laboratuvar	-	-
	Diğer	-	-
	Dönem Sonu Sınavı	1	20
Değerlendirme Ölçütleri			

Hakkında	
-----------------	--

İçerik Ağırlıkları Yüzdesi (%)	Matematik ve Temel Bilimler	-
	Mühendislik Bilimleri	-
	Mühendislik Tasarımı	-
	Sosyal Bilimler	100

Ders Çıktıları (Kazanımlar)	
Dersin Hedefleri	Geçmişten günümüze bir görsel iletişim aygıtı olarak kullanılan fotoğraf makinelerini, bu makinelere ait ekipmanlarını, fotoğraf makinelerini hangi ortamda, hangi araç ve gereçlerle kullanma, estetik kaygılarla fotoğraf çekme becerisini kazandırma...
Dersin İşleniş Biçimi	

Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi				
Program çıktıları		0	1	2
1	Sosyal bilimler alanında ortaöğretimde kazanılan bilgi, beceri ve yetkinlikler üzerine inşa edilmiş, halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili kavramları ve kavramlar arası ilişkileri açıklar. Daha sonra, bu alanlarda edindiği ileri düzeydeki kavramsal ve uygulamalı bilgileri kullanır		X	
2	Bilimsel bilginin üretimi ile ilgili süreçleri yöntem ve teknikleri teşhis eder.	X		
3	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili tüm paydaşların iletişim özellikleri ve yaşadığı iletişim sorunları konularında bilgi sahibidir.	X		
4	İletişim ortam ve araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilme bilgisine sahiptir.		X	
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında faaliyet gösteren kurumların yapısal ve yönetsel özelliklerini tanıır.	X		
6	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili özgün fikirleri yaratıcı bir şekilde açıklar. Daha sonra, bu alanlardaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını ya da farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve teknikleri geliştirir ve uygular.	X		
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında bireysel ya da grup çalışmalarında sorumluluk alır ve alınan görevleri yerine getirir ya da bağımsız olarak yürütür.	X		
8	Bireysel ve ekip üyesi olarak mesleki gelişimine yönelik Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında etkinlikleri planlar ve yönetir.	X		
9	Bilgiye ulaşma yollarını bilir, Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip eder ve kullanır.		X	
10	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.			X
11	Ulusal ve uluslararası gündemde yer alan olay ve gelişmeleri izler ve yorumlar.	X		
12	Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranır	X		
13	Toplumsal Sorumluluk bilinciyle yaşadığı sosyal çevre için mesleki proje ve etkinlikler planlar ve gerçekleştirir.	X		
14	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarına ilişkin yasa ve mevzuatın bilincinde olur ve bunlara uygun davranır.	X		
15	Alanın dinamiklerine bütünlük bir bakış açısı ile yaklaşabilir; yaratıcı ve eleştirel düşünerek		X	

özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirir.			
Dersin Katkısı: 0:Hiç 1:Kısmi 2:Tümüyle			

Düzenleyen Kişi(ler):
Hazırlanma Tarihi: