

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2018-2019

ASIGNATURA: Fotografía Publicitaria

PROFESOR(ES): Dña. Maria José Revuelta Bayod

CURSO: 3

TPO: OP

CÓDIGO: 019803691

CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2018

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 10/09/2018 14:41:20

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

La fotografía publicitaria no está comprometida con la realidad de las cosas, en contraposición con otros géneros como la fotografía documental, informativa o científica. Y no sólo aborda la estética y la imagen. Detrás de ello debe haber un contenido y un mensaje al servicio de un anunciante que debe ver consecuencias en la parte comercial por la adición de intangibles en su marca. Trataremos de introducir y desarrollar los conocimientos necesarios para obtener imágenes de calidad y que complementen la estrategia comunicativa que ha sido diseñada para atender a las necesidades del cliente.

Prácticos

El alumno debe adquirir los conocimientos básicos necesarios para realizar una fotografía publicitaria, entendida como recurso gráfico utilizado para captar la atención del público objetivo y que sirve como vehículo para la comunicación de ideas de una campaña publicitaria. Se impartirán los conocimientos básicos y las herramientas mínimas necesarias para enfrentarse al análisis de una fotografía, al desarrollo de un briefing creativo y la realización de un proyecto fotográfico publicitario. Además se abordarán los conocimientos necesarios para tratar adecuadamente conceptos asociados a la fotografía publicitaria, como las relaciones gráficas, la estrategia utilizada para asociar ideas al producto, la forma de dar protagonismo al centro de interés de la fotografía o el tratamiento dado al producto o servicio publicitado.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Competencias generales

Capacidad de presentación en público

Desarrollo de herramientas de comunicación

Adecuación tecnológica y empoderamiento audiovisual

Competencias transversales

Desarrollo y presentación de un proyecto-presentación de una campaña publicitaria

Presentación de modelos de publicidad responsable, ética en el trabajo de la fotografía y no sexismo

Competencias específicas

Técnicas de cámara, iluminación y revelado digital

Aprendizaje y desarrollo de las técnicas básicas de iluminación en estudio y realización de los trabajos específicos

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

Toma fotográfica

Convergencias históricas entre la Fotografía y la Publicidad

La cámara fotográfica

Teoría fundamental de la luz y el color. Exposición. Rango dinámico

Profundidad de campo. Círculos de confusión. Distancia hiperfocal

Iluminación

Composición

Revelado y edición digital

Tamaños y resoluciones

Revelado RAW

Modificación y corrección de color

Selecciones

Separación de frecuencias

Dodge and burn

Objetos inteligentes

El fotomontaje, apuntes históricos. Fotomontajes

La tipofotografía, apuntes históricos. Tipografía

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Libros

FREEMAN, Michael. El ojo del fotográfico. Blume Fotografía: 2015

EGUIZABAL, Raúl. Fotografía Publicitaria. Ed. Cátedra; 2001

MARZAL J. Cómo se lee una fotografía. Ed. Cátedra; 2010

MERINO, Miguel. Fotografía de producto y publicidad. Colección FotoRuta

Revistas

Lysmaler. Publicación trimestral sobre fotografía de moda. Lysmaler.com

DNG Photo Magazine. www.fotodng.com

Xatakafoto. www.xatakatofo.com

Dzoom. www.dzoom.org

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La asignatura se divide en dos bloques:

- 14 sesiones teórico/prácticas de toma fotográfica de 2 horas

- 14 sesiones de revelado y retoque digital de 2 horas

Los conocimientos teóricos son aplicados a una serie de trabajos prácticos. La superación de dichos trabajos obligatorios, realizados

una tutoría permanente del profesor en las áreas específicas de prácticas, son la base de la evaluación continua del curso y la garantía de la transmisión de los conocimientos incluidos en el programa.

Existe un programado un proyecto final que se realizará en grupo y que consistirá en la producción de la campaña fotográfica de un producto o servicio. Este trabajo se presentará ante los compañeros y en su evaluación se tendrá en cuenta, el proceso, el proyecto final y la presentación del mismo.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

El alumno al final deberá haber alcanzado los siguientes conocimientos:

- Valor expresivo de la luz y el color en la fotografía publicitaria
- Técnica fotográfica básica
- Técnicas de composición de la fotografía publicitaria
- Un conocimiento teórico y aplicado del proceso de creación y elaboración de una producción fotográfica
- Conocimiento de los roles de una producción fotográfica
- Técnicas de postproducción fotográfica

Para evaluar los conocimientos adquiridos se realizará una valoración de las prácticas de toma fotográfica y edición digital, además de un examen teórico.

Cada uno de los bloques impartidos en el cuatrimestre pondera un 40% en la calificación final, más un 20% del trabajo en grupo de producción fotográfica.

Para aprobar la asignatura se deben aprobar las dos partes, teórica y práctica, con una calificación mínima de 5 puntos sobre 10. En el caso de que el alumno obtenga una calificación de "no apto" deberá presentarse con toda la asignatura a la convocatoria extraordinaria, en la cual se realizarán dos exámenes, uno correspondiente a la parte práctica y otro a la teórica.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Apuntes
Correo interno de Villanueva
Internet
Presentaciones Powerpoint