Universidad Villanueva

Ficha Técnica: Fotografía Publicitaria
Curso 2022/2023

Asignatura

Nombre Asignatura	Fotografía Publicitaria
Código	100000270
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2020)
Carácter	OPTATIVA
Curso	3

Profesores

Nombre	Maria José Revuelta Bayod

Universidad Villanueva

Datos Generales

CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos

OBJETIVOS TEÓRICOS

La fotografía publicitaria, en contraposición con otros géneros como la fotografía documental, informativa o científica, no está comprometida con la realidad. Detrás de un proyecto de fotografía publicitaria debe haber un contenido que, desde la estética de la imagen, construya un mensaje al servicio de un anunciante. Y cuando la imagen ha sido eficaz en la transmisión de su mensaje mediante la adición de intangibles a la marca, el anunciante percibirá las consecuencias.

En esta asignatura se introducen y desarrollan los conocimientos necesarios para obtener imágenes de calidad que complementen la estrategia comunicativa que ha sido diseñada para atender las necesidades del cliente.

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

OBJETIVOS PRÁCTICOS

- Manejo básico de la cámara fotográfica

- Manejo básico de fuentes de luz artificial en estudio

- Alcanzar un nivel de programas de edición fotográfica que incluya el manejo de capas, luz y color y creación de composiciones fotográficas.

- Conocimientos básicos para realizar una fotografía publicitaria, entendida esta como recurso gráfico que capte la atención de un público objetivo.
- Análisis compositivo básico de una fotografía: relaciones gráficas y estrategia para asociar ideas y valores al producto o servicio

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Competencias generales

CG1. Conocimiento de la historia y evolución de la publicidad y las relaciones públicas a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo.

CG3. Conocimiento de los procesos de investigación e interrelacionales entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa.

Competencias específicas

CE1. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de comunicación, expresión oral y la defensa de proyectos. En especial las utilizadas en la gestión publicitaria y de la comunicación empresarial e institucional con sus diversos públicos.

CE3. Conocimiento teórico y aplicado de los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de comunicación publicitaria: métodos, estrategias, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.

CE5. Conocimiento de los mecanismos y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE9. Capacidad y habilidad para colaborar en el diseño del plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas.

Competencias transversales

CT2. Capacidad para desarrollar un razonamiento crítico coadyuvante en cualquiera de los contextos que van a conformar su futuro profesional.

CT4. Habilidad para poner en práctica un comportamiento creativo en aquellas situaciones que requieran de una solución novedosa y eficaz; involucrándose en su ejecución y adoptando un funcionamiento ágil y flexible.

CT5. Capacidad para el trabajo e interactuación en equipos multi e interdisciplinares, contribuyendo a la consecución de los objetivos previamente establecidos, y revirtiendo sus resultados en el aprendizaje personal y colectivo.

CONTENIDO 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, capas y máscaras de capas

Separación de frecuencias

Dodge and burn

Objetos inteligentes

El fotomontaje, apuntes históricos. Fotomontajes

La tipofotografía, apuntes históricos. Tipografía

Fotografía en movimiento

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Universidad Villanueva

Actividades formativas		
Denominación	Nº horas	% Presencialidad
Af1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.	150	100
Af2 Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones de redacción periodística, herramientas informáticas, etc.).	200	100
Af3 Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.	170	60
Af4 Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.	40	60
Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.	220	0
Af6 Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes.	45	100

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Para evaluar los conocimientos adquiridos se realizará una valoración de las prácticas individuales de toma fotográfica y edición digital, una práctica en grupo de un proyecto fotográfico y un examen teórico.

Las prácticas individuales deberán entregarse en las fechas establecidas y son personales de cada alumno. Si se detecta una copia de las prácticas individuales la calificación de la misma será de suspenso.

Universidad Villanueva

Cada uno de los bloques impartidos en el cuatrimestre pondera un 50% en la calificación final, más un 25% del trabajo en grupo de producción fotográfica. El porcentaje del examen teórico sobre la calificación es de un 25%.

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 "suspenso" 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. En el caso de los alumnos repetidores deberán presentarse al examen teórico y además, contactar con la profesora para que les señale las prácticas que deben realizar para aprobar la asignatura.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

En el caso de no haber superado la convocatoria ordinaria, el alumno deberá recuperar la/s parte/s de la asignatura que no han superado. En el caso de las prácticas de toma fotográfica se conmutarán por un trabajo sobre un fotógrafo publicitario con las indicaciones suministradas por la profesora.

En el supuesto de no haberse presentado o haber suspendido toda la asignatura, el alumno deberá realizar ocho de las prácticas de *Photoshop* que se especifican en el campus, más el examen teórico y el proyecto de producción fotográfica en versión reducida. Todas las partes deberán estar aprobadas con un mínimo de 5 puntos sobre 10 para superar la asignatura.

La ponderación de las diferentes partes de la asignatura será la misma que en la convocatoria ordinaria.

NO PRESENTADOS

La calificación de "no presentado" no consume convocatoria. Cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la Guía Docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerar como "no presentado" en la asignatura."

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

HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

El **horario y el calendario de exámenes** puede consultarse en el campus virtual.

PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

Guía docente publicada para el curso 2022/2023