

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Fotografía publicitaria				
Asignatura	Fotografía publicitaria			
Código	P04M082V11118			
Titulacion	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad Dpto. Externo			
Coordinador/a	Molares Cardoso, Julinda			
Profesorado	García Acuña, Claudio Gayo Gramary, Jacobo Molares Cardoso, Julinda			
Correo-e	jmolares@uvigo.es			
Web	http://masterdirecciondearte.webs.uvigo.es			
Descripción general	Adecuada entrega y envío de materiales fotográficos y gráficos para su publicación o emisión.			

Competencias
Código

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y usar adecuadamente los recursos que posibiliten las nuevas tecnologías de la información y la comunicación orientados a la fotografía publicitaria.	
Emprender acciones y tomar decisiones a partir de los conocimientos teórico-práctico adquiridos.	
Proceso de toma de decisiones entre distintas opciones para ejecutar un original publicitario.	
Conocer y valorar las principales aplicaciones, tipos y especialidades de fotografía publicitaria: moda, interiorismo, bodegones o alimentación, entre otros.	
Conocer, interpretar y valorar proyectos creativos destinados a fotografía publicitaria.	
Conocer los medios técnicos y formatos utilizados en fotografía.	
Conocer y aplicar los procesos básicos de iluminación fotográfica en sus aspectos técnicos.	
Analizar y desarrollar un proyecto de composición fotográfica	
Conocer y aplicar los procesos básicos de tratamiento digital de la imagen fotográfica en sus aspectos técnicos.	

Contenidos	
Tema	
Estudio y análisis de la fotografía con fines publicitarios, así como en el conocimiento de sus distintas aplicaciones, tipos y estilos. Taller de fotografía publicitaria: producto, retrato, editorial de moda, etc. Tratamiento digital de la imagen fotográfica: uso de software de retoque fotográfico	Recursos y las técnicas utilizadas para la elaboración de imágenes fotográficas de carácter publicitario.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	12	0	12
Aprendizaje basado en proyectos	15	0	15
Trabajo	48	0	48

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Explicación de los conceptos básicos de la materia con ejemplos prácticos, aportando material audiovisual durante las sesiones.
Aprendizaje basado en proyectos	Taller

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Aprendizaje basado en proyectos	Realización de actividades que permiten la cooperación de varias asignaturas y enfrentan a los alumnos/as, trabajando en equipo, a problemas abiertos. Permiten entrenar, entre otras, las capacidades de aprendizaje en cooperación, de liderazgo, de organización, de comunicación y de fortalecimiento de las relaciones personales.

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
TrabajoEl/La estudiante, de manera individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia.	100	

Otros comentarios sobre la Evaluación

La falta de asistencia de forma reiterada afectará directamente a la calificación final, pudiendo ocasionar incluso no superar la materia

Fuentes de información

Bibliografía Básica

PRADERA, ALEJANDRO, **EL LIBRO DE LA FOTOGRAFÍA**, ALIANZA EDITORIAL, 1990

EGUIZABAL, RAÚL, **Fotografía publicitaria**, Cátedra, 2011

FONTCUBERTA, J., **El beso de Judas. Fotografía y verdad**, Gustavo Gili., 2002

Adrio Fondevila, J.M., **De la imagen al papel : hacia la impresión perfecta : la gestión de color en el proceso artístico del s. XXI**, (e)ikon, 2018

Bibliografía Complementaria

Brau Gelabert, G., **De la captura de la imagen a la impresión fotográfica : una guía para fotógrafos digitales**, Artual, 2011

Díaz Bourgeot, E., **Fotografía publicitaria : el poder de la imagen**, Anaya Multimedia,, 2018

Recomendaciones

Otros comentarios

Materia de carácter obligatorio

Plan de Contingencias

Descripción

=== MEDIDAS EXCEPCIONALES PLANIFICADAS ===

Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por la COVID- 19, la Universidad establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad, y garantizando la docencia en un escenario no totalmente presencial.

Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de una manera

mas ágil y eficaz al ser conocido de antemano (o con una amplia antelación) por el alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS ===
No se contemplan modificaciones en las metodologías docentes con la única salvedad de que los contenidos teóricos podrán ser impartidos de manera no presencial. Los mecanismos no presenciales de atención al alumnado (tutorías) serán el despacho virtual del campus remoto en el horario indicado y el correo electrónico.

=== ADAPTACIÓN DE La EVALUACIÓN===
No se contemplan modificaciones en los sistemas de evaluación más allá de la posibilidad de que alguna de las pruebas de evaluación tengan que realizarse de manera no presencial.