



DATOS IDENTIFICATIVOS

Fotografía publicitaria

Materia	Fotografía publicitaria			
Código	P04M082V11118			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidade			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade 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			
Descrición xeral	Adecuada entrega e envío de materiais fotográficos e gráficos para a súa publicación ou emisión.			

Competencias

Código

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Coñecer e usar adecuadamente os recursos que posibiliten as novas tecnoloxías da información e a comunicación orientados á fotografía publicitaria.	
Emprender accións e tomar decisións a partir dos coñecementos teórico-práctico adquiridos.	
Proceso de toma de decisións entre distintas opcións para executar un orixinal publicitario.	
Coñecer e valorar as principais aplicacións, tipos e especialidades de fotografía publicitaria: moda, interiorismo, bodegóns ou alimentación, entre outros.	
Coñecer, interpretar e valorar proxectos creativos destinados a fotografía publicitaria.	
Coñecer os medios técnicos e formatos utilizados en fotografía.	
Coñecer e aplicar os procesos básicos de iluminación fotográfica nos seus aspectos técnicos.	
Analizar e desenvolver un proxecto de composición fotográfica	
Coñecer e aplicar os procesos básicos de tratamento dixital da imaxe fotográfica nos seus aspectos técnicos.	

Contidos

Tema	
Estudo e análise da fotografía con fins publicitarios, así como no coñecemento das súas distintas aplicacións, tipos e estilos.	Recursos e as técnicas utilizadas para a elaboración de imaxes fotográficas de carácter publicitario.
Taller de fotografía publicitaria: produto, retrato, editorial de moda, etc.	
Tratamento dixital da imaxe fotográfica: uso de software de retoque fotográfico	

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	12	0	12
Aprendizaxe baseado en proxectos	15	0	15
Traballo	48	0	48

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Lección maxistral	Explicación dos conceptos básicos da materia con exemplos prácticos, achegando material audiovisual durante as sesións.
Aprendizaxe baseado en Taller proxectos	

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Aprendizaxe baseado en proxectos	Realización de actividades que permiten a cooperación de varias materias e enfrontan aos alumnos/*as, traballando en equipo, a problemas abertos. Permiten adestrar, entre outras, as capacidades de aprendizaxe en cooperación, de liderado, de organización, de comunicación e de fortalecemento das relacións persoais.

Avaliación		
Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
TraballoO/A estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia.	100	

Outros comentarios sobre a Avaliación
A falta de asistencia de forma reiterada afectará directamente á cualificación final, podendo ocasionar incluso non superar a materia

Bibliografía. Fontes 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

Recomendacións

Outros comentarios
Materia de carácter obrigatorio