

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42889 LABORATORIO DE FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Asignatura: Laboratorio de Fotografía Publicitaria

Plan de estudios: Grado en Publicidad y RR.PP.

Tipo: Optativa

Créditos ECTS: 4 (5 Créditos Laboratorio + 1 crédito Aula)

Ciclo: 2º | Cuatrimestre: 2

Profesor: Javier Herrero Valle

Créditos ECTS

4

Competencias que contribuye a desarrollar

Generales

CG-1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo

CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG-6 Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democrático

COMPETENCIAS ACADÉMICAS-DISCIPLINARES

CE-1 Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos

fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE-2 Capacidad para asumir el liderazgo. Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.

CE-5 Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

CE-13 Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.

CE-14 Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.

CE-15 Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.

CE-18 Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CE-19 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.

CE-20 Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita

CE-21 Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- 1.- Adquirir una cultura visual, composición fotográfica, historia y evolución de la mirada fotográfica, psicología visual y las intertextualidades con otras artes visuales.
- 2.- Enseñar los mecanismos básicos de una cámara fotográfica: Obturador, Diafragma y sensibilidad ISO.
- 3.- Conocer el funcionamiento de un estudio fotográfico profesional y sus partes: ciclorama, flashes de estudio, disparadores, modificadores de luz, reflectores, bloqueadores, etc.
- 4.- Conocer las diferencias entre luz dura, luz suave, dirección de la luz, potencia lumínica, ...
- 5.- Planificación de una sesión fotográfica: creación de diagramas de iluminación, análisis de una imagen de referencia.
- 6.- Dominio del conocimiento léxico de una cámara fotográfica, sus partes y mecanismos, así como el del estudio fotográfico, y especialmente el de los flashes de estudio.
- 7.- Capacidad de trabajo en grupo, reparto de roles y tareas específicas.
- 8.- Resolución de problemas en el estudio, localización y solución de los mismos.

Contenidos

Programa teórico.

- Composición, psicología, historia de la mirada fotográfica.
- Cámara fotográfica
- Flash de iluminación

Programa de prácticas.

- 1- Técnica fotográfica: Obturador, Profundidad de Campo y sensibilidad ISO.
- 2- Reproducción de esquemas de iluminación básicos
- 3.- Reproducción de una gráfica de moda en estudio.
- 4.- Creación de una fotografía de producto / bodegón con total libertad creativa para la iluminación, la selección de los motivos, etc.

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

- Teoría en clase: Clases teóricas basadas en la lección magistral participativa. Se usará material audiovisual así como comunicaciones publicitarias nacionales e internacionales para su análisis y debate. Se propondrán prácticas individuales de composición, conferencias de fotografía, etc.

- Práctica en laboratorio: Basadas en prácticas en grupo.

Criterios y sistemas de evaluación

Convocatoria ordinaria:

- Prácticas individuales optativas: 20%
- Prácticas en grupo obligatorias: 80%

Nota final = (Nota prácticas individuales * 20/100) + (Prácticas en grupo * 20/100)

Notas:

Las entregas de prácticas fuera de plazo no serán contabilizadas, se perderá el derecho a evaluación continua y será necesario realizar un examen final.

Si la nota de las prácticas final resultante es menor que 5 o faltase la entrega de alguna práctica grupal, se deberá

realizar un examen teórico obligatoriamente. El examen consistirá en un cuestionario tipo test donde se preguntará por los contenidos explicados en clase y en el laboratorio.

Los "briefings" y materiales necesarios para la realización de las prácticas, así como su entrega, se publicarán en el campus virtual de la UVA.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

TEORÍA Y ENSAYO

EGUIZABAL, R. La fotografía publicitaria. Madrid, 2011
MOMÈNE, E. La visión fotográfica. Madrid, 2013
SONTAG, S. Sobre la fotografía. Barcelona, 1989
SHORE, S. Lección de fotografía. 2013
SZARKOWSKI, J. El ojo del fotógrafo. Madrid, 2011
FONTCUBERTA, J. La cámara de Pandora. Barcelona, 2010.
FONTCUBERTA, J. El beso de Judas. Barcelona, 2013.

TÉCNICOS

ILUMINACIÓN

VV.AA. La iluminación en la fotografía. Ciencia y magia. 2012
KELBY, Sc. Iluminar, disparar y retocar. Conseguir fotografías de máxima calidad. 2012
VV.AA. Fotografía y retoque del rostro y el cuerpo desnudo. 2011
VARIS, LEE. La Piel: Iluminación y retoque del rostro y el cuerpo humano. 2011
TAYLOR, H. La iluminación en el estudio fotográfico. 2008.
RETOQUE
EVENING, M. Photoshop CC para fotógrafos. Madrid, 2013
BRAU, G. De la captura de imagen a la impresión fotográfica, 2011

Calendario y horario

Según horario oficial de la UVA.
Se entregará cronograma en clase.

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Actividades presenciales
Número de horas
Trabajo autónomo
TEORÍA EN CLASE
8
25 horas de estudio
LABORATORIO
32
25 horas de trabajo grupal

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Javier Herrero Valle (Segovia, 1979) Profesor Asociado a la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid.
Es Ingeniero Técnico en Informática de Gestión por la Universidad Complutense de Madrid y Licenciado en Publicidad y RR.PP. por la Universidad de Valladolid.

Email: javier.herrero@hmca.uva.es

