

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.19 Практика рекламной фотографии

Учебный план: ФГОС 3++_2020-2021_42.03.01_ИБК_ОО_МКСКИ - проект.plx

Кафедра: **22** Истории и теории дизайна и медиакоммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Маркетинговые коммуникации в сфере культуры и искусств
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоёмкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации | |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|-------|
| | Лекции | Практ. занятия | | | | | |
| 6 | УП | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | 3 | Зачет |
| | РПД | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | 3 | |
| Итого | УП | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | 3 | |
| | РПД | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | 3 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Доцент

Шемшуренко Евгений
Григорьевич

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой истории и теории дизайна и
медиакоммуникаций

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Вильчинская-
Бутенко Марина
Эдуардовна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Формировать компетенции обучающегося в области разработки и создания объектов рекламы с использованием фотографии как их основного элемента; с применением технических и изобразительных средств фотографии и необходимого программного обеспечения.

1.2 Задачи дисциплины:

- Рассмотреть жанры и формы рекламной фотографии.
- Раскрыть принципы проектирования фотографических объектов рекламы.
- Показать особенности применения технических и изобразительных средств фотографии при проектировании и создании таких объектов.
- Предоставить обучающимся возможности для формирования умений и навыков проектирования и создания эффективной фоторекламы.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Художественный образ в рекламе

Производственная практика (профессионально-творческая практика (в том числе проектная практика))

Всемирное культурное наследие

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| |
|--|
| ПКп-2 : Способен комплексно оценивать социально-просветительские проекты и программы на основе изучения запросов и интересов с учётом возраста, образования, социальных, национальных, гендерных и других различий групп населения |
| Знать: Жанры, формы и творческие направления рекламной фотографии, методы использования фотографического оборудования при создании рекламной фотографии, программные средства обработки фотографического материала |
| Уметь: Работать с современным системным программным обеспечением для автоматизации процессов рекламной фотосъемки и дизайн-проектирования в рекламе; создавать индивидуальные настройки современного программного обеспечения; пользоваться профессиональной фотоаппаратурой, осуществлять фотосъемку в студии в рекламных целях и преобразовывать снимки в рекламный продукт; использовать современные средства и технологии подготовки макетов рекламных дизайн-проектов к печати на различных устройствах вывода изображений; применять на практике методы проектирования и размещения в сети Интернет рекламных фото-продуктов. |
| Владеть: Навыками проектирования художественных композиций в рекламе с использованием фотографии |

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий | Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа | | СР (часы) | Инновац. формы занятий | Форма текущего контроля |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | | | |
| Раздел 1. Жанры и формы рекламной фотографии | 6 | | | | | |
| Тема 1. Имиджевая рекламная фотография Семинар:имиджевая рекламная фотография | | 1 | 2 | 4 | РИ | |
| Тема 2. Каталожная рекламная фотография Семинар: каталожная рекламная фотография | | 1 | 2 | 4 | ИЛ | О |
| Тема 3. Предметная рекламная фотография Семинар: предметная рекламная фотография | | 1 | 2 | 4 | ГД | |
| Тема 4. Модная рекламная фотография Семинар: модная рекламная фотография | | 1 | 2 | 4 | РИ | |
| Раздел 2. Оборудование и программные средства рекламного фотографа | | | | | | |
| Тема 5. Выбор камеры и оптики для рекламной фотосъемки Семинар:Выбор камеры и оптики для рекламной фотосъемки | | 1 | 2 | 4 | АС | О |

| | | | | | | |
|---|--|-------|----|-------|----|---|
| Тема 6. Выбор освещения для рекламной фотосъемки Практикум: Выбор освещения для рекламной фотосъемки | | 3 | 4 | 4 | Т | |
| Тема 7. Выбор локации, аксессуаров и специальных средств при выполнении рекламной фотосъемки Семинар: выбор локации, аксессуаров и специальных средств при выполнении рекламной фотосъемки | | 1 | 1 | 4 | ГД | |
| Тема 8. Стандартные и специальные программные средства рекламного фотографа Семинар: стандартные и специальные программные средства рекламного фотографа | | 2 | 6 | 4 | Т | |
| Раздел 3. Рекламный продукт и технологии подготовки макетов рекламных дизайн- проектов | | | | | | |
| Тема 9. Наружная реклама Практикум: Создание макетов рекламных носителей | | 1 | 3 | 8 | АС | |
| Тема 10. Представительская рекламная продукция Семинар: типы представительской рекламной продукции | | 2 | 6 | 8 | АС | О |
| Тема 11. Каталоги продукции Семинар: особенности проектирования каталогов продукции | | 1 | 1 | 2 | АС | |
| Тема 12. Упаковка, как рекламный продукт Семинар: особенности проектирования | | 1 | 2 | 4 | АС | |
| Тема 13. Рекламный продукт в интернет ресурсах Семинар: рекламные носители в интернете | | 1 | 1 | 2,75 | ГД | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 17 | 34 | 56,75 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет) | | 0,25 | | | | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 51,25 | | 56,75 | | |

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения | Наименование оценочного средства |
|-----------------|--|----------------------------------|
|-----------------|--|----------------------------------|

| | | |
|-------|---|--|
| ПКп-2 | <p>Называет жанры, формы и творческие направления рекламной фотографии, методы использования фотографического оборудования при создании рекламной фотографии, программные средства обработки фотографического материала.</p> <p>Выбирает современное системное программное обеспечение для автоматизации процессов рекламной фотосъемки и дизайн-проектирования в рекламе; индивидуальные настройки современного программного обеспечения; профессиональную фотоаппаратуру, современные средства и технологии подготовки макетов рекламных дизайн-проектов к печати на различных устройствах вывода изображений; методы проектирования и размещения в сети Интернет рекламных фото-продуктов.</p> <p>Самостоятельно проектирует художественных композиции в рекламе с использованием фотографии, осуществляет фотосъемку в студии в рекламных целях и преобразует снимки в рекламный продукт.</p> | Вопросы для устного собеседования и практико-ориентированные задания |
|-------|---|--|

5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|------------------|---|-------------------|
| | Устное собеседование | Письменная работа |
| Зачтено | Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопросы, способен правильно применить основные методы и инструменты при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. | |
| Не зачтено | Обучающийся не может изложить значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, допускает неточности в формулировках и доказательствах, нарушения в последовательности изложения программного материала; неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания. | |

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п | Формулировки вопросов |
|-----------|---|
| Семестр 6 | |
| 1 | Имиджевая рекламная фотография |
| 2 | Приемы каталожной рекламной фотографии |
| 3 | Предметная рекламная фотография |
| 4 | Рекламная фотография моды |
| 5 | Интерьерная фотография |
| 6 | Рекламная фотография и пресса |
| 7 | Выбор фотокамеры и типа оптики для рекламной фотосъемки |
| 8 | Источники света в рекламной фотографии |
| 9 | Влияние выбора локации на результат рекламной фотосъемки. |
| 10 | Специальные средства в арсенале рекламного фотографа. |
| 11 | Организация процесса фотосъемки и получения готовой рекламной фотографии |
| 12 | Форматы файлов цифровых фотокамер и организация процесса выбора удачного кадра. |
| 13 | RAW конвертеры – что выбрать? |
| 14 | Применение фоторедакторов и специальных плагинов на примере Adobe Photoshop. |
| 15 | Рекламное фото, как этап создания рекламного продукта. Макет дизайн-проекта. |
| 16 | Особенности проектирования рекламной фотосъемки для наружной рекламы |
| 17 | Особенности проектирования рекламной фотосъемки для представительской рекламной продукции |
| 18 | Особенности проектирования рекламной фотосъемки для создания макета упаковки товара |

| | |
|----|--|
| 19 | Особенности создания рекламных фотографий для размещения в онлайн ресурсах. |
| 20 | Программное обеспечение для создания рекламных дизайн-макетов. Adobe Illustrator |
| 21 | Программное обеспечение для создания рекламных дизайн-макетов. Adobe InDesign |

5.2.2 Типовые тестовые задания

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Создание проекта рекламы продукции в технике "высокий ключ"
2. Создание проекта рекламы продукции в технике "низкий ключ"
3. Создание концепции имиджевой фоторекламы
4. Создание концепции каталожной фоторекламы модной продукции
5. Создание концепции фоторекламы товара с использованием освещения разных типов
6. Создание концепции фоторекламы на основе оформления упаковки
7. Создание концепции фоторекламы для продвижения бренда в сети интернет

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|--|---|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М. | Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2015 | http://www.iprbookshop.ru/52069.html |
| Шемшуренко Е. Г. | Программные пакеты в коммуникативном дизайне | СПб.: СПбГУПТД | 2018 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018136 |
| Шемшуренко Е. Г. | Теория и практика фотографии | СПб.: СПбГУПТД | 2019 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201923 |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Шемшуренко Е. Г. | Теория и практика фотографии | СПб.: СПбГУПТД | 2018 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018390 |
| Казарина, Т. Ю. | Цветоведение и колористика | Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/66372.html |
| Божко, А. Н. | Цифровой монтаж в Adobe Photoshop CS | Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/79727.html |
| Молочков В. П. | Основы цифровой фотографии | Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ) | 2016 | http://www.iprbookshop.ru/39558.html |
| Молочков В.П. | Макетирование и верстка в Adobe InDesign | Москва: Национальный Открытый Университет ИНТУИТ | 2016 | http://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=362910 |

| | | | | |
|--|--|---|------|---|
| Жердев, Е. В., Чепурова, О. Б., Шлеюк, С. Г., Мазурина, Т. А. | Формальная композиция. Творческий практикум по основам дизайна | Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ | 2014 | http://www.iprbookshop.ru/33666.html |
| Шемшуренко Е. Г. | Цветовой дизайн | СПб.: СПбГУПТД | 2016 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3472 |

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>

База данных исследований Центра стратегических разработок [Электронный ресурс]. URL: <https://www.csr.ru/issledovaniya/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

Creative Cloud for teams - All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Team LicSub Level 4 (100+) Education Device license Renewal

Photoshop CC Multiple Platforms Multi European Languages Team LicSub Level 4 (100+) Education Device license

Adobe Illustrator

Adobe inDesign

Adobe Photoshop

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория | Оснащение |
|----------------------|---|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |
| Компьютерный класс | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска |