

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«28» июня 2022 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.09

Практика рекламной фотографии

Учебный план: 2022-2023 42.03.01 ИБК МКСКИ ЗАО 1-3-51.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: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
4	УП	4	8	92	4	3	Зачет
	РПД	4	8	92	4	3	
Итого	УП	4	8	92	4	3	
	РПД	4	8	92	4	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, утвержденным 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: Макаренко С.В.

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))

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-4: Способен выбирать темы публикаций (разрабатывать сценарии) маркетинга проектов культуры и искусства

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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Жанры и формы рекламной фотографии	4				
Тема 1. Имиджевая рекламная фотография				6	РИ
Тема 2. Каталогная рекламная фотография				6	ИЛ
Тема 3. Предметная рекламная фотография				6	ГД
Тема 4. Модная рекламная фотография				6	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		0,5	1	6	АС
Тема 6. Выбор освещения для рекламной фотосъемки Практикум: Выбор освещения для рекламной фотосъемки		0,5	2	6	Т
Тема 7. Выбор локации, аксессуаров и специальных средств при выполнении рекламной фотосъемки		0,5		6	ГД
Тема 8. Стандартные и специальные программные средства рекламного фотографа			1	10	Т
Раздел 3. Рекламный продукт и технологии подготовки макетов рекламных дизайн- проектов					
Тема 9. Наружная реклама Практикум: Создание макетов рекламных носителей		0,5	1	8	АС
Тема 10. Представительская рекламная продукция Семинар: типы представительской рекламной продукции			1	8	АС
Тема 11. Каталоги продукции Семинар: особенности проектирования каталогов продукции		0,5	0,5	8	АС
Тема 12. Упаковка, как рекламный продукт Семинар: особенности проектирования упаковки		0,5	0,5	8	АС
Тема 13. Рекламный продукт в интернет ресурсах Семинар: рекламные носители в интернете		1	1	8	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	92	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)			0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине			12,25	92	

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
ПК-4	<p>Называет направления рекламной фотографии, особенности выбора и использования оборудования, постановки света в зависимости от жанра, а также методы постобработки.</p> <p>Выбирает набор технических средств и программного обеспечения, включая фотокамеры, объективы, осветительное оборудование, локации для выполнения фотосъемки, устройства печати в зависимости от цели проекта.</p> <p>Выполняет планирование рекламного проекта, включая фотосъемку, обработку фотоматериала и создание дизайн-макета готовой рекламной продукции.</p>	Перечень контрольных вопросов и типовые 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
Курс 4	
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

Время на подготовку - 1 час.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
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
Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/74886.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
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
Казарина, Т. Ю.	Цветоведение и колористика	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2017	http://www.iprbookshop.ru/66372.html

Шемшуренко Е. Г.	Теория и практика фотографии	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018390
------------------	------------------------------	----------------	------	---

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