

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

« 21 » 02 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.09

Практика рекламной фотографии

Учебный план: 2023-2024 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 Минобрнауки России 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	Программное обеспечение для создания рекламных дизайн-макетов. Adobe InDesign
2	Программное обеспечение для создания рекламных дизайн-макетов. Adobe Illustrator
3	Особенности создания рекламных фотографий для размещения в онлайн ресурсах.
4	Особенности проектирования рекламной фотосъемки для создания макета упаковки товара
5	Особенности проектирования рекламной фотосъемки для представительской рекламной продукции
6	Особенности проектирования рекламной фотосъемки для наружной рекламы
7	Рекламное фото, как этап создания рекламного продукта. Макет дизайн-проекта.
8	Применение фоторедакторов и специальных плагинов на примере Adobe Photoshop.
9	RAW конвертеры – что выбрать?

10	Форматы файлов цифровых фотокамер и организация процесса выбора удачного кадра.
11	Организация процесса фотосъемки и получения готовой рекламной фотографии
12	Специальные средства в арсенале рекламного фотографа.
13	Влияние выбора локации на результат рекламной фотосъемки.
14	Источники света в рекламной фотографии
15	Выбор фотокамеры и типа оптики для рекламной фотосъемки
16	Рекламная фотография и пресса
17	Интерьерная фотография
18	Рекламная фотография моды
19	Предметная рекламная фотография
20	Приемы каталожной рекламной фотографии
21	Имиджевая рекламная фотография

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.	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
Шемшуренко Е. Г.	Программные пакеты в коммуникативном дизайне	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018136
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
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 колористика	и Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2017	http://www.iprbookshop.ru/66372.html
-----------------	--------------------------	---	------	---

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