Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР
А.Е. Рудин

Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 02 9b e2 c5 00 bc b2 d6 81 4f 40 94 cd 4c 9d d7 f8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор, проректор по учебной работе
Действителен с 11 апреля 2025г. по 11 июля 2026г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.24 Фотография в рекламе и PR

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ВШПМ Реклама в медиаинд ОО №1-1-26.plx

Кафедра: 38 Рекламы

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

Профиль подготовки: (специализация) Реклама в медиаиндустрии

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				
4	УП	17	17	73,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	17	73,75	0,25	3	
Итого	УП	17	17	73,75	0,25	3	
	РПД	17	17	73,75	0,25	3	

Санкт-Петербург
2024

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 Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

доктор философских наук, Профессор	_____	Смирнов Алексей Викторович
От кафедры составителя: Заведующий кафедрой рекламы	_____	Смирнов Алексей Викторович
От выпускающей кафедры: Заведующий кафедрой	_____	Смирнов Алексей Викторович

Методический отдел:

_____

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области истории развития и современных особенностей применения фотографии в рекламной деятельности и в связях с общественностью

1.2 Задачи дисциплины:

• рассмотреть историю развития технических средств фотографии и ее применения в различных формах социальных коммуникаций;

• рассмотреть изменение роли фотографии в коммуникационной деятельности и масс-медиа;

• раскрыть специфику формирования требуемых социальных смыслов средствами фотографии в различные исторические периоды;

• сформировать умение анализировать фотографический контент на предмет его соответствия поставленным задачам массовой коммуникации.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Введение в коммуникационные специальности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: историю и современную специфику фотографии как коммуникативной единицы рекламного и PR-продукта
Уметь: применять современные технологии и принципы рекламного и имиджевого фотографирования
Владеть: навыками создания и оценки эффективности фотографии как элемента коммуникативного продукта

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. История развития фотографии (технологические и коммуникативные аспекты)	4					Д
Тема 1. Фотография как технология фиксации изображения. Развитие фотопроцессов и фотоаппаратуры. Принципы получения фотографического изображения. Параметры съемки и параметры фотоизображения. Изобретение и усовершенствование фотопроцессов и фотоаппаратуры.		2		12	ИЛ	
Тема 2. Фотография как вид искусства и как сфера профессиональной деятельности. Сферы применения фотографии. Жанры фотографии. Появление и развитие художественной фотографии. Сферы профессиональной деятельности в области фотографии. Практическое занятие: Профессиональные требования к фотографам и изготовителям конечного фотопродукта. Коммерческое использование фотографий. Профессиональные и творческие объединения фотографов.		2	2	10		

Тема 3. Использование фотографии в масс -медиа во второй половине XIX – начале XXI веков Появление технологий полиграфического тиражирования фотоизображений. Практическое занятие: Функции фотографий в медиа. Специфика профессии фоторепортера (фотокорреспондента). Тематика медийной фотопродукции в XX веке. Специфика жанров медийной фотографии. Организация работы с фотографиями в массмедиа. Этические и юридические ограничения применения фотографии в масс-медиа. Технологические новшества в фототехнике и в аппаратуре передачи фотографий.		3	3	11		
Раздел 2. Фотографический образ как инструмент социальной коммуникации						Д
Тема 4. Основные жанры фотографии и специфика их использования в социальной коммуникации. Виды и формы социальной коммуникации с использованием фотографии. Социальный смысл фотографии как объект социальной коммуникации. Специфика формирования социальных смыслов в визуальных источниках. Практическое занятие: Формирование социальных смыслов в фотографиях различных жанров. Использование фотографий различных жанрах в социальных коммуникациях. Этические принципы применения фотографии как инструмента социальной коммуникации.		2	2	10	ИЛ	
Тема 5. Фотография и ее применение в рекламе товаров и услуг. Виды (жанры) и задачи рекламной фотографии. История развития рекламной фотографии. Методики и художественные приемы рекламной фотографии в различных ее жанрах. Практическое занятие: Технические приемы съемки рекламной фотографии в ее различных направлениях. Техническая обработка отснятого материала для дальнейшего его использования в дизайне и рекламе. Производственный процесс создания рекламного фотопродукта		2	2	10		

Тема 6. Достоинства и недостатки фотографии как инструмента формирования общественного мнения. Виды (жанры) и задачи фотографии в PR-индустрии. История применения фотографии в PR, политической и социальной рекламе. Практическое занятие: Влияние социальных смыслов, транслируемых фотографией, на имидж и репутацию компаний, организаций, политических и медийных фигур. Методики и художественные приемы различных жанров PR-, политической и социальной фотографии. Этические принципы применения фотографии в PR, политической и социальной рекламе.		2	4	10		
Тема 7. Специфика применения фотографии в условиях развития современных фототехнологий. Влияние новых технологий на коммуникационные возможности современной фотографии. Просьюмерские фототехнологии. Современные принципы восприятия фотоизображений. Форматы фотографий в «новых медиа». Практическое занятие: Новые жанры фотографии. Специфика фотографии в социальных сетях. Управление контентом в коммерческих сетевых проектах. Этика фотографий в социальных медиа.		4	4	10,75		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	17	73,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				

Всего контактная работа и СР по дисциплине		34,25	73,75		

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
ОПК-1	- определяет время создания и культурные смыслы фотографий, решающие задачи маркетинговых коммуникаций - выбирает технические и творческие решения в соответствии со сложившимися канонами и жанрами рекламной и PR-фотографии - создает эскизные фотографии в соответствии с техническим заданием, оценивает соответствие представленного фотоматериала техническому заданию.	Перечень вопросов для устного собеседования Перечень практико-ориентированных заданий

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

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 4	
1	Принципы получения фотографического изображения. Технические предпосылки изобретения фотографии.
2	Выбор параметров съемки и их зависимость от параметров изображения и характеристик фотоаппаратуры и фотоматериалов.
3	Изобретение и усовершенствование фотопроцессов и фотоаппаратуры. Фотоматериалы и их характеристики. Элементы фотоаппаратуры, принципы их действия, характеристики и их влияние на качество изображения и параметры съемки.
4	Одноступенчатые и двухступенчатые фотопроцессы, их достоинства и недостатки. Совершенствование фотоносителей и их характеристики.
5	Сферы применения и функции фотографии. Приватная и публичная фотосъемка. Социальный смысл фотографии как объект социальной коммуникации.
6	Жанры фотографии и их применение в разных сферах жизни. Появление и развитие художественной фотографии.
7	Сферы профессиональной деятельности в области фотографии. Профессиональные требования к фотографам и изготовителям конечного фотопродукта.
8	Коммерческое использование фотографий. Репутация и личный бренд фотографа.
9	Фотография в печатных медиа и ее функции.
10	Специфика профессии фоторепортера (фотокорреспондента) и профессиональные требования к
11	Тематика медийной фотопродукции в XX веке.
12	Специфика жанров фотографии в печатных медиа XIX – XX веков.
13	Организация работы с фотографиями в массмедиа. Редакционная политика в области фотографий.
14	Технологические новшества в фототехнике и в аппаратуре передачи фотографий в XX веке.
15	Этические и юридические ограничения применения фотографии в масс-медиа.
16	Виды и формы социальной коммуникации с использованием фотографии.
17	Специфика формирования социальных смыслов в визуальных источниках и в фотографиях различных жанров.
18	Использование фотографий различных жанрах в социальных коммуникациях. Этические принципы применения фотографии как инструмента социальной коммуникации.
19	Задачи рекламной фотографии и способы их реализации
20	Виды и жанры рекламной фотографии и особенности их использования в рекламной деятельности.
21	История развития рекламной фотографии.
22	Методики и художественные приемы рекламной фотографии в различных ее жанрах.
23	Технические приемы съемки рекламной фотографии и ее обработка. Просьюмерские фототехнологии.
24	Производственный процесс создания рекламного фотопродукта.
25	Задачи фотографии в PR-индустрии и способы их реализации
26	Виды и жанры PR-фотографий и особенности их использования в PR-индустрии
27	История применения фотографии в PR, политической и социальной рекламе.

28	Влияние медийных фотографий на имидж и репутацию коммерческих компаний, политических и медийных фигур.
29	Методики и художественные приемы различных жанров PR-, политической и социальной фотографии.
30	Этические принципы применения фотографии в PR, политической и социальной рекламе.
31	Влияние новых технологий на коммуникационные возможности современной фотографии. Современные принципы восприятия фотоизображений.
32	Жанры и форматы фотографий в «новых медиа» и в повседневной жизни. Специфика фотографии в социальных сетях.
33	Влияние новых технологий на коммуникационные возможности современной фотографии.
34	Управление фотоконтентом в сетевых проектах. Этика фотографий в социальных медиа.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Описать и охарактеризовать социальные смыслы фотографии, представленной преподавателем. Указать возможности ее использования в социальных коммуникациях различных видов и форм.

2. Охарактеризовать историю творчества известного фотографа, проявившего себя в рекламе и PR-деятельности. Охарактеризовать стратегии конструирования социальных смыслов в его работах (по выбору студента).

3. Охарактеризовать стратегии конструирования социальных смыслов в рекламной фотопродукции коммерческой компании (по выбору студента)

4. Охарактеризовать стратегии конструирования социальных смыслов в PR-фотопродукции коммерческого, социального или политического проекта(по выбору студента)

5. Составить контент-план для размещения фотографий в аккаунте любой из социальных сетей коммерческого, социального или политического проекта(по выбору студента). Представить несколько фотографий, отражающих концепцию проекта, описанную в контент-плане.

6. Составить техническое задание для создания серии рекламных фотографий, направленных на продвижение коммерческой продукции (по выбору студента). Представить не несколько фотографий, отражающих концепцию проекта, описанную в техническом задании.

7. Подобрать несколько фотографий, пригодных для иллюстрации текстового материала в СМИ. Сопоставить их, выбрать критерии оценивания и выбрать наиболее подходящие для иллюстрации. Обосновать выбор.

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

Зачет проводится в форме устного собеседования. Пользоваться справочными материалами не разрешается. Время на подготовку ответа – 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Левкина А.В.	Техника и искусство фотографии	Москва: Инфра-М	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=361641
Катунин, Г. П.	Цифровая фотографика. Компьютерные технологии в портретной фотографии	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/103443.html
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				
Савельева А. С., Кузнецова М. Р.	Искусство фотографии	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017352

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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

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

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