

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

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.02.02 Рекламная фотография

Учебный план: 2025-2026 54.04.01 ИГД Графический диз. в рекламе ОО №2-1-139.plx

Кафедра: **16** Дизайна рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 54.04.01 Дизайн

Профиль подготовки: Графический дизайн в рекламе
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная Практ. занятия	Сам. работа	Контроль, час.	Трудовой ресурс, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
3	УП	32	75,75	0,25	3	Зачет
	РПД	32	75,75	0,25	3	
Итого	УП	32	75,75	0,25	3	
	РПД	32	75,75	0,25	3	

Санкт-Петербург
2025

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1004

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

Ассистент

Савельева А.С.

Ильина А.А.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой дизайна рекламы

Сухарева Алина

Михайловна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Сухарева Алина

Михайловна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области рекламной фотографии

1.2 Задачи дисциплины:

- Рассмотреть значимых деятелей в искусстве рекламной фотографии.
- Разобрать методы создания дизайн-концепции в рекламной фотографии.
- Продемонстрировать методы использования фотографии в рекламной продукции.
- Рассмотреть способы организации фотовыставок и фотоконкурсов.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п.

2, при изучении дисциплин:

Инфографика в дизайне

Цвет в дизайне

История и методология дизайна

Полиграфический дизайн

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен осуществлять концептуальную и художественно-техническую разработку дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации в сфере рекламы и СМИ
Знать: особенности рекламной фотографии; имена известных рекламных фотографов
Уметь: разработать дизайн-концепцию рекламируемого продукта и создавать рекламные снимки для разнообразной полиграфической продукции и СМИ
Владеть: навыками создания рекламной фотографии; умением обработки фотоизображений в фоторедакторе
ПК-5: Способен осуществлять организацию работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации в сфере рекламы и СМИ
Знать: особенности процесса съемки рекламной фотографии; правила и специфику рекламной фотографии; требования к документации при организации фотоконкурса
Уметь: проводить рекламную фотосъемку, составлять на профессиональном уровне документацию для фотоконкурса; организовать и проводить фотоконкурс
Владеть: навыками организации фотоконкурса

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контакт ная работа	СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)			
Раздел 1. Введение в рекламную фотографию	3				Пр
Тема 1. Этапы становление рекламной фотографии. Основные этапы рекламной фотографии. Виды рекламной фотографии. Изучение современных рекламных фотографов. Практическое занятие: презентация с различными видами виды рекламной фотографии и обзором творчества современных рекламных фотографов.		2	8	ГД	
Тема 2. Значение образа в рекламной фотографии. Понятие «Образ». Креатив в рекламной фотографии. Концепция фотопроекта. Практическое занятие: серия фотоснимков рекламного образа в фотографии.		4	8		
Раздел 2. Особенности процесса съемки рекламной фотографии					Пр
Тема 3. Основные этапы съемки рекламной фотографии. Рекламная фэшн-съемка. Практическое занятие: серия рекламных фэшн фотографий.		4	8		
Тема 4. Постановочная съемка. Особенности света. Предметная фотография Практическое занятие: серия снимков, рекламирующих предмет по заданной теме.		4	8	ГД	
Раздел 3. Применение фотографии в рекламе					Пр
Тема 5. Рекламный фотоплакат. Фотография в рекламной продукции. Создание образа. Разработка слогана для плаката. Практическое занятие: рекламный плакат по заданной теме, содержащий слоган и блок текста.		5	12		
Тема 6. Фотоколлаж в рекламе. Принцип создание фотоколлажа. Обработка изображений Практическое занятие: серия фотоколлажей на заданную тему.		4	10	ГД	
Раздел 4. Фотоконкурс					

Тема 7. Планирование фотоконкурса. Подготовка необходимой документации. Оформление фотопроект для конкурса. Правила составления положения о конкурсе. Практическое занятие: подбор фотографий для фотоконкурса, разработка положения о конкурсе и афиши.		5	12	ГД	
Тема 8. Организация фотоконкурса. Разработка плана развески. Организация печати и оформления работ. Производство развески.		4	9,75		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		32	75,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		32,25	75,75		

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
ПК-3	Перечисляет имена значимых фотографов в сфере рекламы, характеризует особенности и принципы рекламной фотосъемки, перечисляет этапы постановочной фотосъемки и особенности освещения. Создает фотоколлаж, применяет фотоизображение в рекламной продукции, пользуется современным программными продуктами для обработки фотоизображений, разрабатывает лаконичный рекламный слоган. Использует креативные образы при создании рекламной фотографии, организует технический процесс фотосъемки.	Вопросы устного собеседования Практико-ориентированное задание
ПК-5	Называет основные особенности предметной и фешен-фотосъемки. Проводит различные виды фотосъемки. Создает фотовыставку и подготавливает всю необходимую сопроводительную документацию. Подготавливает гармоничный план развески в пределах выставочного пространства и реализовывает его, при помощи современного оборудования. Создает фотографические работы, применяет их в создании фотоплаката и другой рекламной продукции. Использует вышеперечисленное для создания рекламной продукции фотовыставки и оформления выставочного пространства.	Вопросы устного собеседования Практико-ориентированное задание

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Критическое и разностороннее рассмотрение предложенного проекта, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источником. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует требованиям, развернутый полный	

	<p>ответ на вопрос. Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы, полный ответ на вопрос. Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием, не полный ответ на вопрос.</p>	
Не зачтено	<p>Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы, ответ не точный, с ошибками. Содержание работы полностью не соответствует заданию, в ответе много неточностей. Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы, на вопрос нет ответа.</p>	

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 3	
1	Назовите основные этапы становления рекламной фотографии.
2	Каких известных рекламных фотографов вы знаете?
3	Дайте определение понятию "Образ".
4	Что такое рекламная фэшн-съемка?
5	Назовите основные правила постановочной съемке.
6	Что такое "Предметная фотография"?
7	Каковы особенности применения фотографии в рекламной продукции?
8	Назовите основные принципы создания рекламного фотоколлажа.
9	Назовите основные этапы работы над фотоконкурсом.

5.2.2 Типовые тестовые задания

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

В рамках выполнения задания необходимо, создать рекламный фотоплакат, содержащий слоган. Размер плаката 60х80см.

Для создания фотоплаката, при помощи цифровой фотокамеры, необходимо сделать несколько фотографий предмета, создав рекламный образ. Основной предмет должен быть узнаваемым. Оценивается нестандартность решений по съёмке предмета, умение экспериментировать с разными фотографическими и композиционными приемами, продуманность сюжета. Фотография может быть любого формата: вертикальная, горизонтальная, квадратная. Цветокоррекция производится в программе Adobe Photoshop. Из полученных фотографий отобрать одну. Отобранный снимок использовать для создания фотоплаката.

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

На зачете необходимо предоставить, выполненные в течение семестра фотоработы.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Курушин, В. Д.	Графический дизайн и реклама	Саратов: Профобразование	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/87990.html
Левкина А.В.	Техника и искусство фотографии	Москва: Инфра-М	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=361641
Ивнинг М	Adobe Photoshop Lightroom 5. Всеобъемлющее руководство для фотографов: пер. с англ. М. Райтман	Москва: ДМК Пресс	2015	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=364266
Федорова Е. В.	Искусство коллажа	СПб.: СПбГУПТД	2016	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3685
Бёрджер, Дж., Асланян, А.	Фотография и ее предназначения	Москва: Ад Маргинем Пресс	2024	https://www.iprbooks.hop.ru/137658.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Ильина А. А.	Фотография в графическом дизайне	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202472
Шемшуренко, Е. Г.	Теория и практика фотографии	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/102978.html
Мухаметов Р. М.	Прикладной креатив в рекламе	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2021	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202160
Рубенян Л. А., Аипова М. К.	Модная фотография	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017281
Степанов, М. А.	Эстетика рекламной коммуникации	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/102698.html
Тевлюкова, О. Ю.	Социология рекламы	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/108251.html
Шевченко, Е. П.	Реклама как вид искусства	Саратов: Издательство Саратовского университета	2020	https://www.iprbooks.hop.ru/106271.html

Лаптев, В. В.	Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	https://www.iprbookshop.ru/118366.html
Бородина, Н. В., Щетинина, Е. В.	Психология рекламы	Сочи: Сочинский государственный университет	2020	https://www.iprbookshop.ru/106582.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Интернет-портал «Российской газеты» [Электронный ресурс]: <https://rg.ru/>
2. Русский музей [Электронный ресурс]: <http://rusmuseum.ru/>
3. Сетевое издание «РИА Новости» [Электронный ресурс]: <https://ria.ru/>
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]: <http://www.iprbookshop.ru>
5. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]: <http://publish.sutd.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Windows
Adobe After Effects
Adobe Animate
Adobe Illustrator
Adobe inDesign
Adobe Photoshop
Adobe Premiere Pro

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