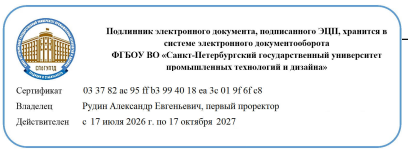
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР



__А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.23 Фотография в рекламе и PR

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ОЗО №1-2-25.plx

Кафедра: 38 Рекламы

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

Профиль подготовки: (специализация) PR в медиаиндустрии

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
5	УП	16	16	75,75	0,25	3	Зачет
	РПД	16	16	75,75	0,25	3	
Итого	УП	16	16	75,75	0,25	3	
	РПД	16	16	75,75	0,25	3	

Санкт-Петербург
2026

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 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. История развития фотографии (технологические и коммуникативные аспекты)	5				Д,О
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. Практическое занятие:Одноступенчатые и двухступенчатые фотопроцессы. Совершенствование фотоносителей. Принципы работы отдельных элементов фотокамер и направления их совершенствования.		1	1	14	
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. Профессиональные требования к фотографам и изготовителям конечного фотопродукта. Коммерческое использование фотографий. Практическое занятие: 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					
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	Д,Ко,О
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	2	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)		16	16	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 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
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.

6.2 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.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 5	
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 нему.
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.

6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

6.3.3 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.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Катунин, Г. П.	Цифровая фотографика. Компьютерные технологии в портретной фотографии	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/103443.html
Молочков, В. П.	Основы цифровой фотографии	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2024	https://www.iprbookshop.ru/133968.html
Эллис, А. А.	Фотографика	Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО)	2023	https://www.iprbookshop.ru/134107.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Левкина А.В.	Техника и искусство фотографии	Москва: Инфра-М	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=361641
Шемшуренко Е. Г.	Теория и практика фотографии	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201923
Савельева А. С., Кузнецова М. Р.	Искусство фотографии	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017352

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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

7.3 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

7.4 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