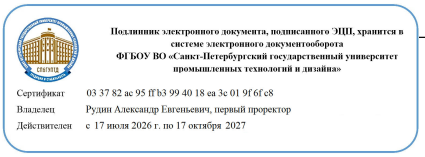
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

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 ЗАО №1-3-25.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: заочная

**План учебного процесса**

| Семестр (курс для ЗАО) | | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоёмкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Лекции | Практ. занятия | | | | |
| 2 | 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 | |

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) |
|---|---|---|---|---|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | |
| Раздел 1. История развития фотографии (технологические и коммуникативные аспекты) | 2 | | | |
| Тема 1. Фотография как технология фиксации изображения. Развитие фотопроцессов и фотоаппаратуры.<br>Принципы получения фотографического изображения. Параметры съемки и параметры фотоизображения. Изобретение и усовершенствование фотопроцессов и фотоаппаратуры. Одноступенчатые и двухступенчатые фотопроцессы. Совершенствование фотоносителей.<br>Практическое занятие: Принципы работы отдельных элементов фотокамер и направления их совершенствования. | | 0,5 | 1 | 13 |
| Тема 2. Фотография как вид искусства и как сфера профессиональной деятельности.<br>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.<br>Практическое занятие: Профессиональные и творческие объединения фотографов. | | 0,5 | 1 | 13 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Тема 3. Использование фотографии в масс-медиа во второй половине XIX – начале XXI веков<br>Появление технологий полиграфического тиражирования фотоизображений. 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.<br>Практическое занятие: Технологические новшества в фототехнике и в аппаратуре передачи фотографий. | | 0,5 | 1 | 12 |
| Раздел 2. Фотографический образ как инструмент социальной коммуникации | | | | |
| Тема 4. Основные жанры фотографии и специфика их использования в социальной коммуникации.<br>Виды и формы социальной коммуникации с использованием фотографии. Социальный смысл фотографии как объект социальной коммуникации. Специфика формирования социальных смыслов в визуальных источниках. Формирование социальных смыслов в фотографиях различных жанров. Использование фотографий различных жанрах в социальных коммуникациях.<br>Практическое занятие: Этические принципы применения фотографии как инструмента социальной коммуникации. | | 0,5 | 1 | 10 |
| Тема 5. Фотография и ее применение в рекламе товаров и услуг.<br>Виды (жанры) и задачи рекламной фотографии. История развития рекламной фотографии. Методики и художественные приемы рекламной фотографии в различных ее жанрах. Технические приемы съемки рекламной фотографии в ее различных направлениях. Техническая обработка отснятого материала для дальнейшего его использования в дизайне и рекламе.<br>Практическое занятие: Производственный процесс создания рекламного фотопродукта | | 0,5 | 1 | 10 |
| Тема 6. Достоинства и недостатки фотографии как инструмента формирования общественного мнения.<br>Виды (жанры) и задачи фотографии в PR-индустрии. История применения фотографии в PR, политической и социальной рекламе. 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.<br>Практическое занятие: Этические принципы применения фотографии в PR, политической и социальной рекламе. | | 1 | 1 | 13 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 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». Новые жанры фотографии. Специфика фотографии в социальных сетях. Управление контентом в коммерческих сетевых проектах.<br>практическое занятие: Этика фотографий в социальных медиа. | | 0,5 | 2 | 21 |
| 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 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<br>- выбирает технические и творческие решения в соответствии со сложившимися канонами и жанрами рекламной и PR-фотографии<br>- 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 |
|---|---|
| Курс 2 | |
| 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 |