

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ARTE, ARQUITECTURA Y DISEÑO



NOMBRE DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE
Fotografía Publicitaria

**Universidad de Guadalajara
Coordinación General Académica**

Programa de Materia o Unidad de Aprendizaje por Competencias
Formato Base

1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Centro Universitario

Centro Universitario de Arte Arquitectura y Diseño

Departamento

Artes Visuales

Academia

Fotografía

Nombre de la Unidad de Aprendizaje

Fotografía Publicitaria

Clave de materia	Horas de Teoría	Horas de Práctica	Total de horas	Valor en créditos
AO153	40	100	140	12

Tipo de unidad	Nivel en que se ubica
<input type="checkbox"/> C Curso <input type="checkbox"/> P Práctica <input type="checkbox"/> CT <u>Curso – Taller</u> <input type="checkbox"/> M Módulo <input type="checkbox"/> S Seminario <input type="checkbox"/> C Clínica	<input type="checkbox"/> <u>Licenciatura</u> <input type="checkbox"/> <u>Especialidad</u> <input type="checkbox"/> Maestría

Área de Formación / Línea de Especialización

Especializante Selectiva/ Técnicas de toma fotográfica

2. CARACTERIZACIÓN

Presentación

Taller dedicado al conocimiento avanzado de la fotografía de producto, conceptualización de la publicidad y conocimientos del marketing y de la comunicación.

Propósito (s) Principal (es)

La ilustración publicitaria, con todos sus mensajes semióticos, iconográficos, con un propósito definido de marketing.
Se aplicarán conocimientos técnicos, teóricos y conceptuales en la creación del mensaje visual publicitario.

3. UNIDAD DE APRENDIZAJE

Unidades de aprendizaje	Funciones clave De aprendizaje	Subfunciones específicas de aprendizaje	Elementos de competencia
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento y aplicación técnica en: <ul style="list-style-type: none"> ópticas e iluminación, (fotometría) • Cámaras de medio y gran formato (View), cámara digital réflex. • Efectos especiales en toma • Conocimiento conceptuales de los recursos de comunicación: <ul style="list-style-type: none"> ○ Metáfora ○ Hipérbole ○ Sinécdoque ○ Comparación ○ Personificación (animación, animalización, cosificación) ○ Repetición ○ Ironía y sarcasmo ○ Alimentos 	<p>Análisis de publicaciones nacionales y extranjeras.</p> <p>Reconocimiento de aplicación de técnicas expresivas, producción y efectos especiales que apoyen la propuesta conceptual.</p>	<p>Construcción de la fotografía aplicada a la publicidad, sensibilización, investigación observación, análisis, reflexión, y experimentación, crítica que motive al estudiante a generar nuevas propuestas visuales dentro de su producción fotográfica.</p>	<p>Concretar un proyecto creativo con un alto sentido de comunicación y con calidad de producción que le permitan incidir en la profesionalización de la práctica fotográfica publicitaria.</p>

4. CRITERIOS DE DESEMPEÑO

- Que el alumno sea hábil en el uso técnico, expresivo y compositivo para tomar decisiones con un fin específico de creación de la fotografía publicitaria.
- Que el alumno fortalezca la capacidad del uso, control y comportamiento de la luz, para la aplicación de proyectos.

- Que el alumno adquiera hábitos y fortalezca la capacidad de observación sobre la diversidad de estilos en la fotografía publicitaria y las múltiples manifestaciones con la asistencia a convenciones, seminarios y visitas guiadas.
- Que el alumno sea capaz de realizar crítica personal en torno a su trabajo, así como en el trabajo de fotógrafos publicitarios.

5. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

- Realización de prácticas en el set
- Que el alumno sea competente en la planificación y armado de una fotografía publicitaria.
- El alumno por medio de sus proyectos demostrará su propuesta creativas y sentido crítico en torno a su trabajo para socializar su aprendizaje, así como el de otros fotógrafos publicitarios.

6. PARÁMETROS DE EVALUACIÓN

Realización de prácticas toma dentro de la institución 60%
 Proyectos escritos 10%
 Análisis y crítica de la producción 15%
 Montaje de la obra 15%

7. BIBLIOGRAFÍA

- *Enciclopedia de Fotografía*, Kodak Salvat.
- *Enciclopedia de la Fotografía*, Editorial Planeta.
- *La fuerza de la Publicidad*, Marcal Moline, Mcgraw Gill.
- *Food Shots*, Pro Ligthing
- *The Art Of Special Effects*, Sague, Amphoto
- *Advertising Layout Techniques*, Borg Man
- *Manual de Publicidad*, Otto Klcppers, PHH
- *The Art and Attitude Of Commercial Photography*, Sauder, Aphoto

8. OBSERVACIONES

Se recomienda que el alumno que curse esta materia, haya cursado previamente:
 Fotografía Avanzada, Fotografía de Producto y Fotografía Aplicada a la Publicidad.
 Iluminación en Estudio y Mercadotecnia.

9. VINCULACIÓN CON OTRAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Profesiones afines
- Pintura

- Publicidad
- Diseño
- Video
- Cine
- Arquitectura
- Medicina
- Mercadotecnia

Participantes en la elaboración del programa o unidad de aprendizaje

Mtra. Tania Daniela Zermeño Martin del Campo
Mtra. María del Rosario Gutiérrez Tello.
Mtra. Alma Yolanda Elizondo Guzmán.
Mtro. Francisco Javier Mercado Muñoz.
Mtra. Gretel Desentis Carrillo

Fecha de elaboración

Enero 2009

Fecha de última actualización

Septiembre 2012