

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
<b>Nombre completo</b>	Fotografía publicitaria
<b>Código</b>	E000004411
<b>Título</b>	<a href="#">Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas</a>
<b>Impartido en</b>	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Segundo Curso]
<b>Nivel</b>	Reglada Grado Europeo
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	6,0 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatoria (Grado)
<b>Responsable</b>	Dr. Luis Gallardo Vera
<b>Horario</b>	Consúltese <a href="http://www.cesag.org">www.cesag.org</a>
<b>Horario de tutorías</b>	A determinar al inicio de curso
<b>Descriptor</b>	La asignatura encara la gestión técnica y creativa de la fotografía publicitaria

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Jose Luis Gallardo Vera
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Despacho</b>	9
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:jlgallardo@comillas.edu">jlgallardo@comillas.edu</a>

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
Los profesionales de la comunicación publicitaria pueden desarrollar su trayectoria dentro de los medios de comunicación, productoras y agencias y Departamentos de comunicación, publicidad y relaciones públicas, en donde se exige el dominio del lenguaje visual y fotográfico a un nivel persuasivo
<b>Prerequisitos</b>
Conocimientos básicos de Photoshop.

Competencias - Objetivos
<b>Competencias</b>



<b>GENERALES</b>	
<b>CG03</b>	Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.
<b>CG04</b>	Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos) para su aplicación en la actividad profesional.
<b>CG09</b>	Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.
<b>CG10</b>	Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.
<b>CG12</b>	Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.
<b>TRANSVERSALES</b>	
<b>CT02</b>	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
<b>CT03</b>	Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional
<b>CT07</b>	Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .
<b>CT08</b>	Trabajar en equipo.
<b>CT12</b>	Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.
<b>ESPECÍFICAS</b>	
<b>CE02</b>	Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
<b>CE03</b>	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
<b>CE04</b>	Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.
	Anlicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación

<b>CE06</b>	Aplicar soluciones creativas a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria
-------------	--

### Resultados de Aprendizaje

<b>RA1</b>	Conocer los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual, así como las herramientas específicas para la elaboración de guiones audiovisuales y multimedia.
<b>RA2</b>	Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

Tema 1. Aspectos técnicos de la cámara fotográfica

Tema 2. Procesado de la imagen visual con Photoshop

Tema 3. Géneros fotográfico-publicitarios, dimensiones de valor publicitario en la fotografía e historia de la fotografía publicitaria

Tema 4. Fotógrafos publicitarios de referencia

Tema 5. Elementos básicos de la composición visual persuasiva

Tema 6. La fotografía publicitaria en el entramado de las organizaciones sociales

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Las actividades que componen la asignatura se dirigen a la obtención, por parte del alumno, de las competencias y resultados de aprendizaje marcados.

### Metodología Presencial: Actividades

Clases teóricas

Clases prácticas

Seminarios-talleres

Exposiciones de trabajos

### Metodología No presencial: Actividades

Estudio de teoría

Preparación de exposiciones y trabajos

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
40.00	20.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
<b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)</b>	

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Prueba escrita para certificar el dominio de los conocimientos teóricos de la asignatura	Comprender los procesos fotográficos Aplicar las técnicas creativas y de procesamiento de la imagen visual Conocer y planificar persuasiva y publicitariamente la imagen fotográfica y visual Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente	30 %
Trabajos de técnica fotográfica	Comprender los procesos fotográficos Aplicar las técnicas creativas y de procesamiento de la imagen visual	30 %



<p>Elaboración de mensajes fotográficos para una campaña publicitaria</p>	<p>Comprender los procesos fotográficos</p> <p>Aplicar las técnicas creativas y de procesamiento de la imagen visual</p> <p>Conocer y planificar persuasiva y publicitariamente la imagen fotográfica y visual</p>	<p>20 %</p>
<p>Trabajos de géneros fotográfico-publicitarios</p>	<p>Comprender los procesos fotográficos</p> <p>Aplicar las técnicas creativas y de procesamiento de la imagen visual</p> <p>Conocer y planificar persuasiva y publicitariamente la imagen fotográfica y visual</p>	<p>15 %</p>
<p>Trabajos de retórica y expresión visual</p>	<p>Comprender los procesos fotográficos</p> <p>Aplicar las técnicas creativas y de procesamiento de la imagen visual</p> <p>Conocer y planificar persuasiva y publicitariamente la imagen fotográfica y visual</p>	<p>5 %</p>
<p>Realización de fotomontajes con Photoshop</p>	<p>Comprender los procesos fotográficos</p> <p>Aplicar las técnicas creativas y de procesamiento de la imagen visual</p>	<p>0 %</p>

### Calificaciones

La calificación final de la asignatura consistirá en el resultado de la media ponderada respecto a los bloques de actividades de evaluación de la asignatura. Para poder aprobar la asignatura ha de obtenerse la calificación de 5 en cada uno de los bloques. El bloque correspondiente a la realización de fotomontajes con Photoshop se calificará como Apto/No apto y será obligatorio que en este bloque se obtenga la calificación de Apto para poder aprobar la asignatura.

Cada bloque podrá recuperarse en la convocatoria extraordinaria.

Las actividades relativas al Tema 1 (Aspectos técnicos de la cámara fotográfica) serán impartidas y calificadas por la Dra. Xiskya Valladares, en calidad de profesora colaboradora.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Trabajos y exposiciones	Durante todo el curso de la asignatura	El mismo día de realización
Realización de fotomontajes con Photoshop	Durante todo el curso de la asignatura	El día anterior a la prueba escrita
Elaboración de mensajes fotográficos para una campaña de publicidad	Al finalizar el periodo lectivo de la asignatura	Al finalizar el periodo lectivo de la asignatura
Prueba escrita	Consúltese <a href="http://www.cesag.org">www.cesag.org</a>	El mismo día de realización

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

- Eguizábal, E. (2011): *Fotografía publicitaria*. Madrid: Cátedra.
- Freund, G. (1993): *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Langford, M. (2006): *Fotografía básica*. Barcelona: Ediciones Omega.
- Newhall, B. (2002): *Historia de la Fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

### Bibliografía Complementaria

- Barthes, R. (1999): *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (1992): *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós.
- Desilets, A. (1973): *Técnica fotográfica*. Barcelona: Ediciones Daimon.
- Erausquin, M. A. (1995): *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Fontcuberta, J. (1997): *El Beso de Judas. Fotografía y Verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Freeman, M. (1991): *Guía completa de fotografía*. Barcelona: Blume.
- Ledo, M. (1998): *Documentalismo fotográfico*. Madrid: Cátedra.
- Sontag, S. (1989): *Sobre la Fotografía*. Barcelona: Edhasa.
- Susperregui, J. M. (2000): *Fundamentos de la Fotografía*. Bilbao, Servicio Editorial del País Vasco.

**datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?  
csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)