

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Fotografía publicitaria
Código	E000004411
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Segundo Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Dr. Luis Gallardo Vera
Horario	Consúltese www.cesag.org
Horario de tutorías	A determinar al inicio de curso
Descriptor	La asignatura encara la gestión técnica y creativa de la fotografía publicitaria

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Jose Luis Gallardo Vera
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Despacho	9
Correo electrónico	jl.gallardo@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
Los profesionales de la comunicación publicitaria despliegan 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.
Prerequisitos
Conocimientos básicos de Photoshop.

Competencias - Objetivos
Competencias
GENERALES



CG03	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.
CG04	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.
CG09	Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.
CG10	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.
CG12	Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.

TRANSVERSALES

CT02	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT03	Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional
CT07	Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .
CT08	Trabajar en equipo.
CT12	Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.

ESPECÍFICAS

CE02	Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
CE03	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
CE04	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.
CE06	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria

Resultados de Aprendizaje

RA1	Conocer los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual, así como las herramientas específicas para la elaboración de guiones audiovisuales y multimedia.
RA2	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. La fotografía publicitaria en el entramado de las organizaciones sociales y la comunicación corporativa

Tema 2. Elementos básicos de la composición visual persuasiva

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. Procesado de la imagen visual con Photoshop

Tema 6. Aspectos técnicos de la cámara fotográfica

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	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

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	35 %
Elaboración de mensajes fotográficos para una campaña publicitaria	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	35 %
Trabajos de géneros fotográfico-publicitarios	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	20 %
	Comprender los procesos fotográficos Aplicar las técnicas creativas y de procesamiento de	

Trabajos de retórica y expresión visual	la imagen visual Conocer y planificar persuasiva y publicitariamente la imagen fotográfica y visual	10 %
Realización de fotomontajes con Photoshop	Comprender los procesos fotográficos Aplicar las técnicas creativas y de procesamiento de la imagen visual	0

Calificaciones

La calificación final de la asignatura consistirá en el resultado del cálculo ponderado 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 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.

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	Durante el último tramo de la asignatura	Al finalizar el periodo lectivo de la asignatura
Prueba escrita	Consúltese www.cesag.org	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.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de 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/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)