



## I. INFORMACIÓN GENERAL

<b>CURSO</b>	:	Fotografía Publicitaria
<b>CÓDIGO</b>	:	PU61
<b>CICLO</b>	:	201800
<b>CUERPO ACADÉMICO</b>	:	<b>Montalvo Man, Mariana Gabriela</b>
<b>CRÉDITOS</b>	:	3
<b>SEMANAS</b>	:	8
<b>HORAS</b>	:	3 H (Teoría) Semanal
<b>ÁREA O CARRERA</b>	:	Facultad de Comunicaciones

## II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

## III. INTRODUCCIÓN

El curso de Fotografía Publicitaria va dirigido a dos carreras de la Facultad de Comunicaciones, la carrera de Comunicación y Publicidad y la carrera de Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos. El curso es de carácter teórico-práctico y desarrolla en el alumno las competencias generales de Pensamiento Innovador y Análisis e Interpretación de la Realidad

La fotografía publicitaria es un área de la fotografía destinada a exaltar las cualidades de un producto o servicio de modo que se incentive su consumo. En este curso los estudiantes aprenderán a convertir conceptos en imágenes y a dominar la técnica fotográfica en estudio.

## IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante crea imágenes en estudio teniendo en cuenta los requerimientos de la fotografía publicitaria.

## V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

### UNIDAD N°: 1 NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA EN ESTUDIO.

#### LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante identifica los elementos generales necesarios para realizar una sesión de fotografía en estudio, reconociendo las diferencias entre las fuentes de luz de un sistema de iluminación profesional.

#### TEMARIO

- Presentación.
- El género Publicitario, características.
- La captura digital directa.

- Software de captura, tipos.
- El formato digital: peso, tamaño, resolución.
- La luz en el estudio.
- Control tonal, tipos de luz.
- Fotometría básica.
- Ratio de iluminación
- Modificadores de luz

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semanas 1 y 2

**UNIDAD N°: 2 EL PRODUCTO.**

**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante produce una fotografía de estudio de producto publicitario sobre mesa, en base a un concepto, boceto y planteamiento de iluminación.

**TEMARIO**

- Producto sobre mesa.
- Punto de vista.
- Análisis de características de un producto.
- Iluminación según características del objeto(reflejante ,translucido , sólido).
- Práctica: Realización de imágenes de productos en estudio.
- Práctica con productos secos/ambientados.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semanas 3 y 4

**UNIDAD N°: 3 PRODUCTO PERECIBLE.**

**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el alumno diseña una propuesta para realizar una foto editorial de producto perecible.

**TEMARIO**

- Desarrollo del concepto.
- Revisión de casos.
- Iluminación del producto perecible
- Manejo de la producción y maquillaje de productos perecibles.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semanas 5 y 6

**UNIDAD N°: 4 EL RETRATO EN ESTUDIO.**

**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el alumno explora las posibilidades expresivas del retrato a partir del trabajo con un(a) modelo, proponiendo iluminación de acuerdo a las atmósferas que desee plantear.

**TEMARIO**

- Revisión de imágenes publicitarias donde se trabaja el género.
- Prácticas de iluminación de la figura humana.
- Iluminación para retrato, posibilidades y efectos
- Trabajo final

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semanas 6 y 7

**VI. METODOLOGÍA**

Las actividades se enmarcan en el aprendizaje activo a través de: clases teórico-prácticas, demostraciones y trabajo en estudio de fotografía profesional digital. Se realizan presentaciones de Videos y proyecciones sobre casos y campañas para que los estudiantes intercambien opiniones. Asimismo se llevan a cabo análisis de medios impresos con la finalidad de distinguir las posibilidades de iluminación de acuerdo al género. Las prácticas son dirigidas y en mesa de tomas con productos y alimentos. La práctica individual de iluminación se lleva a cabo buscando que el estudiante desarrolle su capacidad de observación.

Las sesiones fotográficas son grupales y cada estudiante se desempeñará en un cargo: fotógrafo, iluminación, dirección de arte, producción, entre otros. En las reuniones previas se propone un concepto a trabajar y se encargan de todos los aspectos de la sesión: pre producción, realización y post producción.

Los trabajos Parcial y Final se entregan impresos en una pieza gráfica.

**VII. EVALUACIÓN****FÓRMULA**

$$12.5\% (TB1) + 20\% (TP1) + 12.5\% (TB2) + 12.5\% (TB3) + 30\% (TF1) + 12.5\% (TB4)$$

<b>TIPO DE NOTA</b>	<b>PESO %</b>
TB - TRABAJO	12.50
TP - TRABAJO PARCIAL	20
TB - TRABAJO	12.50
TB - TRABAJO	12.50
TF - TRABAJO FINAL	30
TB - TRABAJO	12.50

### VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	Semana 2	Práctica grupal en estudio. Planteamiento de iluminación sobre un producto sólido, translúcido o reflejante. Corresponde a la unidad 2.	NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 4	Realización de sesión de fotos de un producto sobre mesa	NO
TB	TRABAJO	2	Semana 5	Sesión de fotos de productos perecibles. Corresponde a la unidad 3	NO
TB	TRABAJO	3	Semana 6	Presentación de carpeta escrita de selección de retratos con: fondo blanco, negro ambientado y en locación. Corresponde a la unidad 4.	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 8	Presentación y sustentación de foto perecible y retrato	NO
TB	TRABAJO	4	Semana 7	Revisión de Look Book o sesión de foto de deporte. Trabajo de sesión de retrato. Corresponde a la unidad 4.	NO

### IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

#### BÁSICA

PEDERSEN, B. Martin, ed. (2007) Photography 2007. New York : Graphis.

(779 PEDE 2007)

PEDERSEN, B. Martin, ed. (2008) Photography 2008. New York : Graphis.

(779 PEDE 2008)

STOKLOSSA, Uwe (2007) Advertising : new techniques for visual seduction. London : Thames & Hudson.

(741.6 STOK)

#### RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

AMERICAN SHOWCASE, Inc. (2001) Klik showcase photography : volume 8. New York : American Showcase.

(REF 659.1 AMER 2001)

EVENING, Martin (2004) Photoshop CS para fotógrafos. Madrid : Anaya multimedia.

(006.68PH EVEN/P)

FREEMAN, Michael (2003) Guía completa de fotografía digital. Barcelona : Blume.

(775 FREE)

**MASTERS OF PHOTOGRAPHY** (2009) Sitio web que contiene información relacionada a la fotografía.  
19 de junio de 2009 ()

**PHOTO.COM** (2009) Sitio web con diversa información y recursos sobre la fotografía. 19 de junio de 2009  
()

PAGNUCCO SALVEMINI, Lorella (2002) United colors : the Benetton campaigns. London : Scriptum  
Editions .

(659.19687 PAGN)

SCHARF, Aaron (2001) Arte y fotografía. Madrid : Alianza.

(770.1 SCHA)