

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

Дата подписания: 04.12.2023 15:02:48

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Рекламная фотография

*(наименование дисциплины)*

**Направление подготовки**      **54.03.01 Дизайн**

**Квалификация выпускника**      **Бакалавр**

**Направленность (профиль)**      **Дизайн рекламы**

2023 г.

## 1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

**ПК-1 - Способен выполнять предварительную проработку эскизов объекта рекламной визуальной информации, идентификации и коммуникации, планировать и согласовывать этапы, сроки выполнения работ по дизайн-проекту объекта рекламной визуальной информации, идентификации и коммуникации**

| Индикаторы достижения компетенций   | Планируемые результаты обучения  |
|---|--|
| ИД-1 (ПК-1) Создает оригинал элемента объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации | <i>Знает</i>   |
|   | <b>РО-1 ИД-1 (ПК-1)</b> Теорию композиции;<br><b>РО-2 ИД-1 (ПК-1)</b> Цветоделение, цветокоррекция, художественное ретуширование изображений в соответствии с характеристиками воспроизводящего оборудования;  |
|   | <i>умеет</i>   |
|   | <b>РО-3 ИД-1 (ПК-1)</b> Работать с проектным заданием на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации;<br><b>РО-4 ИД-1 (ПК-1)</b> Использовать компьютерные программы, необходимые для создания и корректирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

## 2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## 3. Содержание дисциплины

### Раздел 1. Основы фотографии и техника:

**Тема 1.** Основные принципы фотографии. Как композиция, экспозиция и фокусировка.

**Тема 2.** Разнообразное оборудование и технические аспекты фотографии, включая камеры, объективы и освещение.

**Тема 3.** Работа с различными типами камер, включая зеркальные и беззеркальные фотокамеры, а также мобильные устройства.

### Раздел 2. Съёмка продуктов и предметов:

**Тема 1.** Техники и приемы съемки товаров и продукции для рекламы.

**Тема 2.** Создание эффективных композиций и стилей для рекламных каталогов и веб-сайтов.

**Тема 3.** Использование различных видов освещения и подложек для получения высококачественных фотографий продуктов.

### Раздел 3. Съёмка людей и портретов:

**Тема 1.** Как создавать выразительные и эмоциональные портреты для рекламы.

**Тема 2.** Техники работы с моделями и актерами на фотосессиях.

**Тема 3.** Использование света и фонов для создания атмосферы и настроения в портретных снимках.

## **Раздел 4. Креативные концепции и рекламные кампании:**

**Тема 1.** Разработка концепции и идеи для рекламных фотосъемок.

**Тема 2.** Создание целостных рекламных кампаний на основе фотографии.

### **Практические занятия:**

#### **Практическое задание 1. Эксперимент с настройками камеры:**

Сделайте серию фотографий одного и того же объекта, меняя настройки экспозиции (время выдержки, диафрагму и ISO). Оцените, как изменение этих параметров влияет на конечное изображение.

#### **Практическое задание 2. Композиция и ракурс:**

Сфотографируйте несколько объектов (например, фрукты или предметы в вашей комнате) с использованием разных композиционных приемов, таких как "золотое сечение", "правило третей" и "симметрия". Рассмотрите, как выбор ракурса и композиции влияет на восприятие фотографии.

#### **Практическое задание 3. Съемка продуктов:**

Выберите какой-либо продукт (например, косметику, еду или одежду) и создайте серию фотографий, демонстрируя его разные аспекты и характеристики. Постарайтесь сделать так, чтобы продукт выглядел привлекательно и информативно.

#### **Практическое задание 4. Съемка с использованием световых боксов:**

Попробуйте снимать продукты в контролируемых условиях, используя световые боксы и мягкое освещение. Экспериментируйте с разными углами освещения и настройками света.

#### **Практическое задание 5. Портрет с естественным светом:**

Сделайте портрет с использованием только естественного света. Попробуйте разные места и время суток, чтобы понять, как свет меняется и как он влияет на портрет.

#### **Практическое задание 6. Эмоциональные портреты:**

Сфотографируйте человека, пытаясь передать определенную эмоцию (радость, грусть, удивление и т. д.) через выражение лица и композицию.

#### **Практическое задание 7. Рекламный каталог продуктов:**

Создайте фотографический каталог продуктов или услуги. Это может быть серия фотографий с разных ракурсов и вариациями композиции.

#### **Практическое задание 8. Рекламный постер:**

Разработайте и сфотографируйте рекламный постер для вымышленного продукта или услуги. Подумайте о креативной концепции и стиле, который передаст ключевые сообщения.

## **4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся**

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

## **Вопросы для самоконтроля:**

1. Что такое экспозиция в фотографии и какие ее элементы можно настроить на камере?
2. Какие основные принципы композиции используются в рекламной фотографии?
3. Каким образом можно контролировать освещение при съемке продуктов и предметов?
4. Какие факторы следует учитывать при создании портретов для рекламы?
5. Каким образом можно передать определенную эмоцию или настроение через фотографию?
6. Какие инструменты и техники используются для съемки в контролируемых условиях, таких как световой бокс?
7. Какие техники обработки фотографий могут быть применены для улучшения качества рекламных изображений?
8. Какие аспекты следует учесть при создании фотографического каталога продуктов?
9. Что такое "рекламный постер" и какие элементы должны быть включены в его создание?
10. Каким образом фотография влияет на восприятие бренда и продукции в рекламной кампании?
11. Какие типы оборудования могут быть использованы для съемки рекламных фотографий, и в чем их преимущества и недостатки?
12. Какие особенности имеет рекламная фотография в сравнении с журнальной или художественной фотографией?
13. Какие техники использования света могут усилить эффект рекламных фотографий?
14. Почему важно понимать аудиторию и целевую группу при создании рекламных фотографий?
15. Как можно поддерживать единообразный стиль в рекламных фотографиях для разных продуктов одного бренда?
16. Каким образом фотография может влиять на эмоциональное восприятие продукта и стимулировать желание его купить?
17. Какие тренды в рекламной фотографии актуальны на сегодняшний день, и как они меняются со временем?
18. Какие техники постобработки фотографий могут улучшить их качество и эффект в рекламных целях?
19. Как создать фотографическую концепцию для рекламной кампании и какие шаги следует предпринять для ее воплощения?
20. Каким образом можно измерить эффективность рекламной фотографии и ее влияние на продажи и бренд?

## **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная:**

1. Данилькевич, А. В. Фотографика. Часть 1 : учебное пособие / А. В. Данилькевич. — Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, 2011. — 53 с. — ISBN 978-5-9061-7255-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/11363.html> (дата обращения: 16.09.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити, 2015. – 239 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст: электронный.

#### **Дополнительная:**

1. Сединин, В. И. Основы современной цифровой фотографии : учебное пособие / В. И. Сединин, Г. И. Журов, Е. М. Погребняк. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 220 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/69548.html> (дата обращения: 16.09.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Кривуля, Н. Г. История анимации : учебно-методическое пособие / Н. Г. Кривуля. — Москва : Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А. Герасимова (ВГИК), 2011. — 34 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/30616.html> (дата обращения: 16.09.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Мжельская, Е. Л. Фоторедактирование : учебное пособие для студентов вузов / Е. Л. Мжельская. — Москва : Аспект Пресс, 2013. — 176 с. — ISBN 978-5-7567-0706-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/21074.html> (дата обращения: 16.09.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва: Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422> – ISBN 978-5-238-01568-2. – Текст: электронный.

#### **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS

#### **7. Лицензионное программное обеспечение**

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- MS Windows 10 Pro

#### **8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);

- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности);

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;

- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингфонным оборудованием);

- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);

- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.