

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**



**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



**Plan de Estudios**

**de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

**Fotografía publicitaria**

<b>Clave</b>	<b>Semestre</b> 06, 07, 08	<b>Créditos</b> 08				
			<b>Campo de conocimiento</b>		_____	
			<b>Etapas</b>		Profundización	
<b>Modalidad</b>	<b>Curso (X)</b> <b>Taller ( )</b> <b>Lab ( )</b> <b>Sem ( )</b>		<b>Tipo</b>	<b>T (x)</b>	<b>P ( )</b>	<b>T/P.</b>
<b>Carácter</b>	<b>Obligatorio ( )</b> <b>Optativo (X)</b> <b>Obligatorio E ( )</b> <b>Optativo E ( )</b>	<b>Horas</b>				
			<b>Semana</b>	<b>Semestre</b>		
			<b>Teóricas 4</b>	<b>Teóricas 64</b>		
			<b>Prácticas 0</b>	<b>Prácticas 0</b>		
			<b>Total 4</b>	<b>Total 64</b>		

**Seriación**

**Ninguna ( X )**

**Obligatoria ( )**

**Asignatura antecedente**

**Asignatura subsecuente**

**Asignatura antecedente**

**Asignatura subsecuente**

**Objetivo general:**

Entender el concepto y la importancia de la fotografía publicitaria y poner en práctica la gramática de la imagen como elemento primordial para construir discursos fotográficos

publicitarios, que integrarán el manejo técnico del equipo fotográfico.

**Objetivos específicos:**

El alumno:

- Analizará el concepto y discurso de la fotografía publicitaria
- Conocerá la construcción de la imagen propositiva
- Manejará las herramientas fotográficas
- Conocerá el alto valor comunicativo de la fotografía publicitaria
- Pondrá en práctica la ejecución de la fotografía publicitaria

**Índice temático**

	Temas	Horas Semestre / Año	
		Teóricas	Prácticas
1	La fotografía publicitaria	8	0
2	Gramática de la imagen	28	0
3	La agencia fotográfica	28	0
	<b>Total</b>	64	0
	<b>Suma total de horas</b>	64	

**Contenido Temático**

Temas	Subtemas
1	La fotografía publicitaria 1.1. Definiciones 1.2. Antecedentes 1.3. Alcance cultural y social 1.4. Hacia el nuevo concepto 1.5. La visión interdisciplinaria de la fotografía publicitaria 1.6. Publicidad e imagen
2	Gramática de la imagen 2.1. Comunicación e imagen 2.1.1. Principales tipos de imágenes 2.1.2 El discurso de la fotografía publicitaria 2.1.3. La creatividad en la fotografía publicitaria 2.1.4. Regla de Oro 2.1.5. Características de la imagen publicitaria 2.1.6. La interpretación semiológica de la imagen 2.1.7. De la semiología a la retórica de la imagen publicitaria
3	La agencia fotográfica 3.1. Recursos en la realización de la fotografía publicitaria 3.1.1 La función de la fotografía en la publicidad 3.1.2 La herramienta de trabajo 3.1.3. La DSLR 3.1.4. Formato medio 3.1.5. Sensores y pixel 3.1.6. El estudio fotográfico 3.1.7. Técnicas de iluminación 3.1.8. Que es la agencia fotográfica

	3.1.9. Director de fotografía 3.1.10. Director creativo 3.1.11. Iluminador 3.1.12. Editor 3.1.13. Efectos especiales 3.1.14. Sesión fotografía	
		Evaluaciones del aprendizaje
<b>Estrategias didácticas</b>		Exámenes parciales (x)
Exposición ( )		Examen final (X)
Trabajo en equipo (X)		Trabajo y tareas (X)
Lecturas (X)		Exposición ( )
Trabajo de investigación ( )		Participación en clase (X)
Prácticas (taller o laboratorio) ( )		Asistencia (X)
Prácticas de campo ( )		Rúbricas ( )
Aprendizaje por proyectos ( )		Portafolios (X)
Aprendizaje basado en problemas ( )		Listas de cotejo ( )
Casos de enseñanza ( )		Otras (especificar) ( )
Ejercicios dentro y fuera del aula (X)		Exposición en equipo ( )
<b>Perfil profesiográfico</b>		
Título o grado	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y disciplinas afines.	
Experiencia docente	Experiencia docente de dos años en Ciencias de la Comunicación.	
<b>Bibliografía básica:</b>		
<b>Unidad 1</b>		
<b>La fotografía publicitaria</b>		
Barthel, Tobías M. <i>Fotografismo publicitario internacional</i> , Barcelona, Gustavo Gili, 1986.		
Beltrán, Ernesto. <i>Publicidad en medios impresos</i> , México, Trillas, 1989.		
Bovillot, Rene. <i>El objeto y su imagen: fotografía industrial y publicitaria</i> . Barcelona, Gustavo Gili, 1986		
Delgado Maldonado Jorge L, University of Puerto Rico (Río Piedras Campus). Escuela de Comunicación. <i>La fotografía publicitaria: gestación y subjetividades</i> , Universidad de Puerto Rico, 2007		

Eguizábal Raúl. *Fotografía publicitaria*. Cátedra, 2001

## **Unidad 2**

### **Gramática de la imagen**

Bourdieu, Pierre. *La fotografía: un arte intermedio*, México, Nueva Imagen, 1979.

Moles, Abraham. *La imagen, comunicación funcional*, México, Trillas, 1991.

Victoroff, David. *La publicidad y la imagen*, Barcelona, Gustavo Gili, 1980.

## **Unidad 3**

### **La agencia fotográfica**

Alejandro Marcas León. *Fotografía Digital y Publicitaria con Photoshop cs6*. Editorial Alfaomega-Macro, 2007

Daniel Lozano. *Manual de la cámara digital y compacta: cómo realizar fotografías con cámaras de última generación*. Libsa, 2001 - 220 páginas

Duboois, Philippe. *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, Barcelona, Paidós, 1986, Colección Comunicación núm. 20.

Ferrer Rodríguez, Eulalio. *Por el ancho mundo de la publicidad: de lo inverosímil hasta lo real*, México, Paidós, 1989.

Jon Tarrant. *Cómo utilizar tu cámara digital*. Anaya Multimedia, S.A., 2003 - 215 páginas

### **Bibliografía complementaria:**

Desilets, Antoine. *Aprende fotografía*, México, Daimon, 1976.

Desilets, Antoine. *Técnica fotográfica*, México, Daimon, 1971.

Feininger, Andreas. *Arte y técnicas en fotografía*, Barcelona, Hispano Europea, 1969.

Hawkins, Andrew. *Guía técnica y artística de la fotografía*, Barcelona, Planeta 1982.

Hedgecoe, John. *Nuevo manual de fotografía*, Barcelona, HermannBlume, 1991.

Hedgecoe, John. *El arte de la fotografía en color*, España, HermannBlume, 1975.

Hedgecoe, John. *Manual de la técnica fotográfica*, España, HermannBlume, 1977.

Hill, Paul, y Cooper, Thomas. *Diálogo con la fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili, 1980.

Langford, Michael J. *Enciclopedia completa de la fotografía*, Madrid, HermannBlume, 1985.

Langford, Michael J. *Fotografía básica: iniciación a la fotografía profesional*, Barcelona, Omega, 1984.

Langford, Michael J. *La fotografía paso a paso*, Madrid, HermannBlume, 1985.

Natkin, Marcel, *Código del principiante de fotografía*, Fotobiblioteca Omega, 1987