

Частное профессиональное образовательное учреждение
«Колледж дизайна, сервиса и права»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11 Рекламная фотография

2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии базовой подготовки, учебного плана специальности. Является частью ППСЗ образовательного учреждения.

Организация-разработчик: ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права»

Разработчик:

Елшанская С.А., преподаватель ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права»

РАССМОТРЕНО

на заседании кафедры

«Дизайн, стиль и искусство фотографии»

Протокол №9 от «02» июня 2022 г.

© ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права», 2022г.

© Елшанская С.А. 2022г.

СОДЕРЖАНИЕ

| | стр. |
|---|------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 4 |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 5 |
| 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 16 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 18 |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11 Рекламная фотография

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена образовательного учреждения в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии (базовая подготовка).

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина введена в профессиональный учебный цикл специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии за счет часов вариативной части ФГОС СПО как общепрофессиональная дисциплина.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

| уметь | знать | Коды формируемых компетенций (ПК, ОК) и личностных результатов реализации программы воспитания (ЛР) |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">– компоновать предметные композиции в соответствии с рекламными задачами;– выбирать необходимое осветительное и фотосъемочное оборудование в соответствии с рекламной задачей;– выбирать фотографические методы и приёмы в зависимости от рекламной задачи;– использовать колорит в рекламной фотографии;– работать с фотомоделью в процессе фотосъемки в зависимости от поставленной рекламной задачи;– выполнять съемку фотомоделей и формировать портфолио;– выбирать компьютерные технологии для обработки рекламных фотоизображений. | <ul style="list-style-type: none">– основные функции, цели и задачи рекламы, классификацию рекламы, способы ее распространения, факторы воздействия на потребителя;– особенности фотографических технологий в рекламе, использования образа фотомодели для решения рекламных задач;– законодательство в сфере рекламы;– законы композиции и выразительные средства фотографии;– психологию цвета и закономерности использования цветовых сочетаний;– оборудование для рекламной фотографии (специальное световое оборудование, оборудование предметных столов, форматные, карданные фотокамеры, в том числе цифровые);– технологию работы с импульсным освещением;– правила освещения предметных композиций в рекламе;– методы и приемы выявления фактуры фотографируемых предметов;– компьютерные технологии подготовки фотоизображений для рекламных целей и макетирования рекламных изданий. | <p>ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15</p> |

Программа учебной дисциплины способствует формированию и развитию общих и профессиональных компетенций на основе применения активных и интерактивных форм проведения занятий:

| Методы | Формы | Лекции, уроки (час.) | Практические занятия (час.) | Всего (час.) |
|--|-------|----------------------|-----------------------------|--------------|
| Презентация на основе современных мультимедийных средств | | 6 | | 6 |
| Моделирование производственных процессов и ситуаций | | 8 | 14 | 22 |
| «Мозговой штурм» | | 8 | | 8 |
| Работа в малых группах | | 6 | 8 | 14 |
| Исследовательский / поисковый метод | | 10 | 10 | 20 |
| Индивидуальное творческое задание (фотосъемка) | | | 16 | 16 |
| Электронное портфолио | | | 40 | 40 |
| Просмотр (презентация) творческих работ | | 2 | 2 | 4 |
| Всего: | | 40 | 90 | 130 |

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

| Вид учебной работы | Объем часов |
|--|-------------|
| Максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: | 196 |
| обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося | 130 |
| самостоятельной работы обучающегося | 66 |

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем часов |
|---|-------------|
| Максимальная учебная нагрузка (всего) | 196 |
| <i>в том числе в форме практической подготовки</i> | <i>128</i> |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) | 130 |
| <i>в том числе:</i> | |
| практические занятия | 90 |
| <i>из них</i> контрольная работа | 2 |
| Самостоятельная работа обучающегося (всего) | 66 |
| <i>в том числе:</i> | |
| подготовка докладов, сообщений, презентаций; | 66 |
| составление опорного конспекта; | |
| проработка учебной и специальной литературы, Интернет-ресурсов; | |
| выполнение практических заданий. | |
| <i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i> | |

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.11 Рекламная фотография

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены) | Объем часов / в. т.ч. в форме практической подготовки | | Уровень освоения | Коды компетенций и личностных результатов, формированию | |
|---|--|---|-----------|------------------|---|--|
| | | 3 | 4 | | | |
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> | <i>5</i> | <i>6</i> | |
| Раздел 1. Фотография в рекламе | | 114 | 74 | | | |
| Тема 1.1 Предметная (каталожная) рекламная фотосъемка | Содержание учебного материала | 16 | 10 | <i>1, 2</i> | | |
| | 1. Предметная (каталожная) фотосъемка. Цели, задачи, виды и применение. Анализ качества фоторекламы. | 2 | 2 | | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 | |
| | 2. Фотоаппаратура и оборудование для предметной съемки, нюансы их применения. | | | | | |
| | 3. Анализ методики и технологии каталожной фотосъемки. Особенности композиционных решений. | | | | | |
| | 4. Особенности освещения при каталожной фотосъемке. Выявление светом свойств, объема и фактуры предметов. | | | | | |
| | Практические занятия | 8 | 8 | | | |
| | 1. Рекламная фотосъемка товаров для каталога | | | | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 6 | - | | | |
| | Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной фотолитературы. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчетов по практическим занятиям и подготовка их к защите. Тематика домашних заданий: 1. Изучение роли фоторекламы в успешном продвижении товаров и услуг на рынке. 2. Анализ рекламных фотографий известных фотографов. Изготовление собственного портфолио 3. Ознакомление с композицией рекламных фотографий | 6 | - | | | |
| | Тема 1.2 Фотосъемка произведений изобразительного, декоративно-прикладного и ювелирного искусства | 18 | 12 | <i>1,2</i> | | |
| | Содержание учебного материала | 18 | 12 | | | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 |
| | 1. Репродукция. Анализ современных тенденций репродуцирования. Области применения репродукций. | 4 | 4 | | | |
| | 2. Анализ типологии видов оригиналов для репродукции и их свойств. Приемы и методы репродуцирования. | | | | | |
| | 3. Особенности технологии и методики фотосъемки при репродуцировании живописи. Фотоаппаратура и оптика. | | | | | |
| | 4. Особенности композиции и освещения при фотосъемке произведений декоративно-прикладного искусства. | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|----|----|---|--|
| | 5. Рекламная макrofотосъёмка. Анализ технологии и методики. Подбор фотоаппаратуры и освещения. Выбор масштаба. | | | | ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | Практические занятия | 8 | 8 | | |
| | 1. Создание репродукций произведений изобразительного искусства (картины, рисунки, гравюры). | 8 | 8 | | |
| | 2. Создание репродукций произведений изобразительного искусства (иконы, чеканка, росписи). | | | | |
| | 3. Фотосъёмка произведений декоративно-прикладного искусства (дерево, керамика, металл). | | | | |
| | 4. Макrofотосъёмка предметов (монеты, награды, миниатюры). | | | | |
| | 5. Макrofотосъёмка предметов (произведения ювелирного искусства). | | | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 6 | - | | |
| | Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчетов по практическим занятиям и подготовка их к защите. Тематика домашних заданий: 1. Анализ рекламных фотографий известных фотографов. Изготовление собственного портфолио. 2. Изучение и оценка рынка фоторекламы | 6 | - | | |
| Тема 1.3 Имиджевый рекламный фотонатюрморт | Содержание учебного материала | 15 | 10 | 1, 2 | |
| | 1. Имиджевый фотонатюрморт. Концепция, понятие, сущность. Анализ современного рынка имиджевой рекламы. | 2 | 2 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 | |
| | 2. Формирование имиджа рекламируемого товара в фотонатюрморте. Творческие приёмы и решения. | | | | |
| | 3. Анализ композиционных, световых, колористических решений при фотосъёмке имиджевого натюрморта. | | | | |
| | 4. Подбор фотоаппаратуры, освещения, насадок для спецэффектов и фона для фотосъёмки имиджевого натюрморта | | | | |
| | Практические занятия | 8 | 8 | | |
| | 1. Фотосъёмка имиджевого рекламного натюрморта | | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся | 5 | - | | | |
| Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной фотолитературы. Тематика домашних заданий: 1. Оценка перспектив развития фоторекламного бизнеса 2. Ознакомление с композицией рекламных фотографий. 3. Анализ рекламных фотографий известных фотографов. Изготовление собственного портфолио | 5 | - | | | |
| Тема 1.4 Постановочный рекламный натюрморт | Содержание учебного материала | 17 | 12 | 1, 2 | |
| | 1. Постановочный рекламный натюрморт. Понятия цели и задачи. Анализ методики и технологии создания. | 4 | 4 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, | |
| | 2. Подбор фотоаппаратуры, осветительных приборов и фона для фотосъёмки постановочного натюрморта. | | | | |
| | 3. Конструктивный анализ композиционных решений для постановочного рекламного натюрморта. | | | | |
| | 4. Анализ характера освещения в соответствии с замыслом постановочного натюрморта. | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|--|-----------|-----------|-------------|---|
| | 5. | Особенности выбора аксессуаров и антуража для постановочного рекламного натюрморта. | | | | ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 6. | Анализ творческих приёмов и спецэффектов при работе над постановочным рекламным натюрмортом. | | | | |
| | Практические занятия | | 8 | 8 | | |
| | 1. | Фотосъёмка постановочного рекламного натюрморта | | | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | | 5 | - | | |
| | Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной фотолитературы. Тематика домашних заданий: 1. Оценка перспектив развития фоторекламного бизнеса 2. Ознакомление с композицией рекламных фотографий. 3. Анализ рекламных фотографий известных фотографов. Изготовление собственного портфолио | | 5 | - | | |
| Тема 1.5 Рекламная фотосъёмка архитектуры | Содержание учебного материала | | 15 | 10 | 1, 2 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 1. | Архитектурная фотосъёмка для рекламы. Виды, цели и задачи. Анализ современных тенденций, технологии и методики. | 2 | 2 | | |
| | 2. | Подбор фотоаппаратуры и оптики для съёмки архитектуры. | | | | |
| | 3. | Анализ композиции и освещения, определение времени фотосъёмки. | | | | |
| | 4. | Фрагментарная фотосъёмка архитектурных зданий и сооружений. | | | | |
| | Практические занятия | | 8 | 8 | | |
| | 1. | Фотосъёмка общего вида зданий с разных точек съёмки. | | | | |
| | 2. | Фотосъёмка фасадов зданий при различном освещении времени суток. | | | | |
| | 3. | Фотосъёмка фрагментов и элементов декора зданий. | 8 | 8 | | |
| | 4. | Фотосъёмка ландшафта с архитектурой. | | | | |
| | 5. | Панорамная фотосъёмка зданий и ландшафтов. | | | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | | 5 | - | | |
| Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной фотолитературы. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчетов по практическим занятиям и подготовка их к защите. Тематика домашних заданий: 1. Изучение особенностей съёмки архитектуры. | | 5 | - | | | |
| Тема 1.6 Рекламная фотосъёмка интерьера и мебели. | Содержание учебного материала | | 13 | 8 | 1, 2 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 |
| | 1. | Рекламная фотосъёмка интерьера. Анализ современных направлений, видов, целей, задач и особенностей. | 2 | 2 | | |
| | 2. | Выбор точки съёмки, ракурса и композиционных решений при фотосъёмке интерьера. | | | | |
| | 3. | Подбор фотоаппаратуры и оптики для съёмки интерьера. Анализ параметров и методики освещения. | | | | |
| | 4. | Рекламная фотосъёмка мебели. Анализ особенностей фотосъёмки мебели в рекламных целях. | | | | |
| | Практические занятия | | 6 | 6 | | |
| 1. | Фотосъёмка интерьера при естественном освещении. | 6 | 6 | | | |

| | | | | | |
|--|---|----|----|------|---|
| | 2. Фотосъёмка интерьера при искусственном освещении. | | | | ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 3. Фотосъёмка интерьера при смешанном освещении. | | | | |
| | 4. Фотосъёмка интерьера с различных точек съёмки. | | | | |
| | 5. Фотосъёмка фрагментов и элементов интерьера. | | | | |
| | 6. Фотосъёмка мебели в интерьере. | | | | |
| | 7. Фотосъёмка мебели на однородном фоне для компьютерного монтажа на другом фоне. | | | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 5 | - | | |
| | Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчетов по практическим занятиям и подготовка их к защите. Тематика домашних заданий: 1. Изучение особенностей съёмки интерьера. 2. Изучение роли фоторекламы в успешном продвижении товаров и услуг на рынке | 5 | - | | |
| Тема 1.7 Образные решения в рекламе различных товаров и услуг | Содержание учебного материала | 20 | 12 | 1, 2 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 1. Фотореклама и её образное решение. Анализ современной образной фоторекламы. | 4 | 4 | | |
| | 2. Замысел образной фоторекламы и его последовательное воплощение в виде рекламного продукта. | | | | |
| | 3. Поиск композиционного, светового, и колористического решения при создании образной фоторекламы. | | | | |
| | 4. Анализ технических и творческих методов в образном решении рекламной фотосъёмки. | | | | |
| | Практические занятия | 10 | 8 | | |
| | 1. Фотосъёмка образной фоторекламы в стиле ретро. | | | | |
| | 2. Фотосъёмка образной фоторекламы в стиле гламур. | | | | |
| | 3. Фотосъёмка образной фоторекламы в стиле спорт. | | | | |
| | 4. Фотосъёмка образной фоторекламы в молодёжном стиле. | 8 | 8 | | |
| | 5. Фотосъёмка образной фоторекламы в классическом стиле. | | | | |
| | 6. Фотосъёмка образной фоторекламы в неформальном стиле. | | | | |
| | 7. Фотосъёмка образной фоторекламы в черно-белом исполнении. | | | | |
| 8. Контрольная работа по теме: «Основные принципы фотосъёмки и компоновка кадрового пространства», в виде просмотра и защиты творческих работ | 2 | - | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся | 6 | - | | | |
| Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчетов по практическим занятиям и подготовка их к защите. Тематика домашних заданий: 1. Изучение и оценка рынка фоторекламы 2. Изучение приёмов создания образной фоторекламы | 6 | - | | | |
| Раздел 2. | 50 | 34 | | | |

| Фотомодель в рекламе | | | | | |
|---|---|----------|----------|-------------|---|
| Тема 2.1 Технология съёмки фотомоделей | Содержание | 6 | 4 | 1, 2 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 1. Фотомодель. Анализ её характеристик. Требования к параметрам и внешности фотомодели. | 2 | 2 | | |
| | 2. Принцип подбора фотомодели для рекламы определенных видов товаров и услуг. | | | | |
| | 3. Техническое обеспечение съёмки фотомоделей. Фотостудия, фотоаппаратура и оборудование. | | | | |
| | 4. Этика и эстетика в фотостудии. Культура общения фотографа с фотомodelью. | | | | |
| | 5. Фон фотопавильона. Анализ выбора фона, мебели и интерьера при съёмке фотомоделей. | | | | |
| | 6. Авторские права участников фотосъёмки. Распределение авторских прав. Виды договоров и соглашений фотографов и фотомоделей. | | | | |
| | Практическое занятие | | | | |
| | 1. Составление комплекта договоров, необходимых для работы фотографа с фотомodelью. | 2 | 2 | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 2 | - | | |
| Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной фотолитературы. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчетов по практическим занятиям и подготовка их к защите. | | 2 | - | | |
| Тематика домашних заданий: | | | | | |
| 1. Оценка перспектив развития фотомodelьного бизнеса | | | | | |
| Тема 2.2 Композиционное и световое решение при съёмке фотомоделей. | Содержание | 8 | 6 | 2 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 1. Композиция и линейная структура кадра. Выбор масштаба изображения фотомодели. Позы фотомодели | 2 | 2 | | |
| | 2. Роль рук и их положение при съёмке в разных масштабах изображения фотомодели. | | | | |
| | 3. Изобразительная задача освещения. Анализ освещения фотомодели при съёмке в разных масштабах. Выбор тональности освещения. | | | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | | |
| | 1. Создание динамичной композиции кадра за счет диагональных линий при разномасштабном изображении фотомодели. | | | | |
| | 2. Влияние освещения модели и фона на композицию кадра (световые пятна, тени) | | | | |
| | 3. Цветовое решение при съёмке фотомоделей. | 4 | 4 | | |
| | 4. Съёмка фотомодели в темном тональном исполнении. | | | | |
| | 5. Съёмка фотомодели в светлом тональном исполнении. | | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся | 2 | - | | | |

| | | | | | |
|--|---|-----------|----------|----------|---|
| | Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной фотолитературы. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчетов по практическим занятиям и подготовка их к защите. Тематика домашних заданий: Ознакомление с композицией снимков фотомоделей | 2 | - | | |
| Тема 2.3 Образное и стилистическое решение при съёмке фотомоделей | Содержание | 10 | 6 | 2 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 1. Фотомодель и портретный образ. Виды стилей в рекламе. Этапы создания портретного образа фотомодели. | 2 | 2 | | |
| | 2. Аксессуары фотомодели. Выбор аксессуаров, как дополняющих элементов костюма и образа фотомодели. | | | | |
| | 3. Режиссура при съёмке фотомоделей. Анализ ситуации, рожденной авторским воображением при съёмке нескольких фотомоделей. | | | | |
| | 4. Выбор мизансцены, деталей, жеста, мимики. Анализ реалистичности создаваемой ситуации. | | | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | | |
| | 1. Съёмка фотомодели с аксессуарами, усиливающими образное решение фотокадра. Выбор масштаба. | | | | |
| | 2. Создание образа при фотосъёмке женской модели. Авторское решение. | 4 | 4 | | |
| | 3. Создание образа при фотосъёмке мужской модели. Авторское решение. | | | | |
| | 4. Создание групповых композиций при съёмке моделей. Горизонтальные и вертикальные композиции. | | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся | 4 | - | | | |
| Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчетов по практическим занятиям и подготовка их к защите. Тематика домашних заданий: 1. Оценка перспектив развития фотомодельного бизнеса. 2. Анализ портфолио разных фотомодельных агентств. Изготовление собственного портфолио | 4 | - | | | |
| Тема 2.4 Портфолио для фотомоделей и технология их создания. | Содержание | 8 | 6 | 2 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 1. Портфолио и их виды: Снэпшот; Тестовая фотосъёмка; Beauty; Fashion; Визитка; Индивидуальное портфолио. | | | | |
| | 2. Выбор снимков по изображению и сюжету. Структура портфолио в зависимости от времени года, масштаба изображения, и изобразительного решения. | 2 | 2 | | |
| | 3. Комплектация портфолио согласно требованиям и целям заказчика. Размер фотоснимков. Выбор вида портфолио – Minibook, CD и DVD альбомы. | | | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | | |
| | 1. Фотосъёмка женской модели для портфолио в разных образных и стилистических решениях. | | | | |
| | 2. Фотосъёмка мужской модели для портфолио в разных образных и стилистических решениях. | 4 | 4 | | |
| 3. Фотосъёмка детской модели для портфолио в разных образных и стилистических решениях. | | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|---|----|---|---|---|
| | 4. | Просмотр и отбор снимков (файлов) для портфолио. Редактирование их в программе Adobe Photoshop. | | | | |
| | 5. | Составление портфолио из выбранных фотоснимков. Оформление альбома портфолио. | | | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | | 2 | - | | |
| | Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчетов по практическим занятиям и подготовка их к защите. | | | | | |
| | Тематика домашних заданий: | | | | | |
| | 1. Оценка рекламы выполняемых фотоуслуг по изготовлению снимков для портфолио. | | 2 | - | | |
| | 2. Ознакомление с композицией снимков фотомоделей. Изучение визажа при съёмке фотомоделей | | | | | |
| | 3. Анализ портфолио разных фотомодельных агентств. Изготовление собственного портфолио | | | | | |
| Тема 2.5 | Содержание | | 8 | 6 | 2 | |
| Фотомодель и её роль в создании рекламного образа в рекламе различных товаров и услуг. | 1. | Рекламный образ. Понятие и анализ способов его создания. Подбор типа фотомодели в зависимости от вида рекламируемого товара. | | | | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 2. | Особенности освещения, композиции и стилистики при создании рекламного портретного образа. | 2 | 2 | | |
| | 3. | Поиск творческих и технических решений при фотосъёмке рекламы с участием фотомодели. | | | | |
| | Практические занятия | | | | | |
| | 1. | Фотосъёмка женского образного портрета для рекламы. | | | | |
| | 2. | Фотосъёмка мужского образного портрета для рекламы. | 4 | 4 | | |
| | 3. | Фрагментарная фотосъёмка моделей для рекламы товаров и услуг. | | | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | | 2 | - | | |
| | Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление отчетов по практическим занятиям и подготовка их к защите. | | | | | |
| | Тематика домашних заданий: | | | | | |
| 1. Изучение фотомодельного рынка услуг | | 2 | - | | | |
| 2. Создание образа при съёмке фотомодели | | | | | | |
| 3. Использование фотомодели в рекламе печатной продукции (проспекты, буклеты, плакаты и т.п.). | | | | | | |
| 4. Анализ портфолио разных фотомодельных агентств | | | | | | |
| Тема 2.6 | Содержание | | 10 | 6 | 2 | |
| Фотомодель в рекламной фотосъёмке одежды и аксессуаров. | 1. | Подготовка модели к рекламной фотосъёмке одежды и аксессуаров. | 2 | 2 | | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 |
| | 2. | Выбор схемы освещения, выявляющего форму и фактуру рекламируемой одежды. | | | | |
| | 3. | Особенности фотосъёмки модели в рекламируемой одежде в павильоне и на натуре | | | | |
| | Практические занятия | | 4 | 4 | | |
| | 1. | Съёмка женской модели. Создание образа в рекламируемой одежде. | | | | |
| | 2. | Съёмка мужской модели. Создание образа в рекламируемой одежде. | 4 | 4 | | |
| | 3. | Съёмка фотомодели на натуре. Сочетание рекламируемой одежды со временем года и пейзажем. | | | | |

| | | | | | |
|--|--|-----------|-----------|-------------|---|
| | Самостоятельная работа обучающихся | 4 | - | | ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной фотолитературы. Тематика домашних заданий: 1. Особенности съёмки фотомодели на фоне интерьера, пленера. Изготовления собственного портфолио 2. Создание образа при съёмке фотомодели. Изготовления собственного портфолио 3. Особенности съёмки фотомодели на пленере. Изготовления собственного портфолио | 4 | - | | |
| Раздел 3. Фотоизображения в рекламе | | 32 | 20 | | |
| Тема 3.1 Рекламная фотография как инструмент воздействия на потребителя, особенности применения. | Содержание | 10 | 6 | <i>1, 2</i> | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 1. Рекламная фотография. Понятие, анализ формы и содержания фоторекламы. Применение фотосъёмки в рекламе. Параметры рабочего образа. | 2 | 2 | | |
| | 2. Идея рекламного обращения. Анализ этапов рождения. Особенности фотосъёмки для рекламного обращения. | | | | |
| | 3. Рекламное обращение. Понятие и анализ особенностей. Информационные приёмы рекламного фотообращения. | | | | |
| | 4. Участники рекламной коммуникации. Анализ целевых аудиторий видов рекламной фотографии. | | | | |
| | 5. Потребитель рекламы. Анализ воздействия рекламы с фотоизображениями на группы потребителей. | | | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | | |
| | 1. Фотосъёмка рабочего образа предметов быта для рекламного обращения. | | | | |
| | 2. Отбор фотоизображений для создания фоторекламы. | 4 | 4 | | |
| | 3. Обработка фотоизображений в программе Adobe Photoshop. | | | | |
| | 4. Выбор вида рекламного обращения и оформление его фотоизображениями. | | | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 4 | - | | |
| | Работа с конспектами и со специальной литературой по композиции и психологии в рекламе. Выполнение и оформление практических работ. Использование интернета. Тематика домашних заданий 1. Посещение сайтов рекламных агентств и фотостудий. Выполнение анализа рекламных сообщений на предмет организации графической композиции. 2. Поиск рекламы с нарушением композиции, гармонии, акцентированности, разработка рекомендаций и исправлений 3. Изучение литературы по фотосъёмке, фототехнике, рекламе. Посещение сайтов рекламных агентств и фотостудий. 4. Изучение пособий по фотоаппаратуре и оптике. | 4 | - | | |
| Тема 3.2 Композиция и колористические | Содержание | 10 | 6 | <i>1</i> | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, |
| | 1. Композиция рекламного проекта. Вербальная и невербальная информация. Анализ композиционного построения рекламного сообщения. | 2 | 2 | | |

| | | | | | | |
|--|--|---|-----------|----------|------|---|
| решения в рекламном проектировании | 2. | Восприятие формы. Пропорции текста, фотоизображений и других элементов для гармонизации композиции. | | | | ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 3. | Характеристики цвета. Восприятие цвета. Синестезия. Символика цветов. Понятие психологии цвета. | | | | |
| | 4. | Колористическое решение рекламного проекта. Цветощущение. Двенадцати частный цветовой круг. | | | | |
| | Практические занятия | | 4 | 4 | | |
| | 1. | Проектирование рекламного продукта. Выбор фотоизображений, логотипов, декора, и шрифта, их масштабирование. | 4 | 4 | | |
| | 2. | Композиционное построение рекламного продукта. Компоновка вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. | | | | |
| | 3. | Колористическая гармонизация рекламного продукта. Выбор цвета элементов и общей цветовой тональности. | | | | |
| | 4. | Компоновка рекламного продукта в верстальной программе. Приёмы статики и динамики. | | | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | | 4 | - | | |
| | Работа с конспектами и со специальной литературой по композиции и психологии в рекламе. Выполнение и оформление практических работ. Использование интернета. Тематика домашних заданий 1. Выполнение и оформление практических работ. Составление эскизов. 2. Изучение литературы по фотосъёмке, фототехнике, рекламе 3. Подготовка сообщений и докладов. Составление схем. | | | | | |
| Тема 3.3 Рекламная фотография в проектировании и технологии разработки полиграфической рекламной продукции | Содержание | | 10 | 6 | 1, 2 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 1. | Проектирование и технология разработки рекламного продукта. Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы. | 2 | 2 | | |
| | 2. | Двойственность восприятия. Иллюзии, симультанный контраст формы. | | | | |
| | 3. | Принцип применения рекламной фотографии в печатной рекламе. | | | | |
| | 4. | Цветовое и композиционное решение печатной рекламы с применением фотоизображений. | | | | |
| | 5. | Компьютерные программы для вёрстки. Обзор особенностей. Интерфейс, меню, инструменты. | | | | |
| | 6. | Рекламный плакат. Агитационная и информационная роль плаката, анализ целевой аудитории. Дизайн- | | | | |
| | 7. | Рекламный буклет. Цели, задачи, функции и виды буклетов. Дизайн-проектирование. | | | | |
| | 8. | Рекламный флайер. Цели, задачи, функции и виды флайеров. Дизайн-проектирование. | | | | |
| | 9. | Рекламная листовка. Цели, задачи, функции и виды листовок. Дизайн-проектирование | | | | |
| | 10. | Рекламный каталог. Цели, задачи, функции и виды каталогов. Дизайн-проектирование. | | | | |
| | Практические занятия | | 4 | 4 | | |
| 1. | Создание плаката ,буклета. флайера, листовки, каталога с фотоизображением. Вёрстка, дизайн в редакторе. | | | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся | | 4 | - | | | |

| | | | | | |
|--|--|------------|------------|---|---|
| | Работа с конспектами и со специальной литературой по композиции и психологии в рекламе. Подготовка к практическим занятиям. Выполнение и оформление практических работ. Тематика домашних заданий 1. Посещение сайтов рекламных агентств и фотостудий. Поиск рекламы с нарушением композиции, гармонии, акцентированности, разработка рекомендаций и исправлений 2. Изучение литературы по фотосъемке, фототехнике, рекламе. 3. Подготовка к экзамену. | 4 | - | | |
| Тема 3.4 Процесс создания наружной рекламы с фотоизображениями | Содержание | 2 | 2 | 1 | ПК 1.1 – 1.4 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 ОК 3: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9, ЛР14 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР7, ЛР3, ЛР8, ЛР11, ЛР13 ОК 7: ЛР2, ЛР7, ЛР13, ЛР14 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12, ЛР15 |
| | 1. Уличная, дорожная, транспортная наружная реклама. Виды, цели и задачи. Анализ применения фотоизображений в наружной рекламе. | 2 | 2 | | |
| | 2. Проектирование наружной рекламы с применением рекламных фотоизображений. Особенности дизайна. | | | | |
| Всего | | 196 | 128 | | |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины предполагает наличие учебных лабораторий: компьютерных технологий в фотографии, фоторетуши, фотокомпозиции и рекламной фотографии; мастерской: фотопавильон с фотолабораторией.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории **фотокомпозиции и рекламной фотографии**; мастерской: **фотопавильон с фотолабораторией**:

- фотоаппараты;
- фотообъективы;
- осветительное оборудование;
- флэшметр;
- фотовспышка;
- софт боксы (большой рассеивающий прямоугольный; прямоугольный; прямоугольный, стрип с ячеистой насадкой);
- комплект насадок;
- двухцветный фон;
- экран-затемнитель, экран-отражатель, экран-рассеиватель;
- штора для фотографии (черная ткань) с металлическими воротами;
- металлическая портретная тарелка с сотами;
- стол для предметной фотосъемки с матовой поверхностью;

Технические средства обучения:

- компьютер;
- плазменный телевизор;
- выход в сеть Интернет.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории **компьютерных технологий в фотографии, фоторетуши**:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения:

- ПК по количеству обучающихся;
- компьютер, проектор, экран;
- сканер, принтер;
- выход в сеть Интернет.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Левкина, А.В. Фотодело : учебное пособие / Левкина А.В. — Москва : КноРус, 2018. — 318 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06381-1. — URL: <https://book.ru/book/927663> — Текст : электронный.

Дополнительные источники:

1. Брайан П. В поисках кадра. Идея, цвет и композиция в фотографии.-М.:Ман, Иванов и Фербер, 2017. – 160 с.

2. Жвалевский А.В. Цифровое фото и Photoshop без напряжения. Новая версия / А.В. Жвалевский. - СПб.: Питер, 2008. – 224 с.

3. Левкина, А.В., Основы фотографии : учебное пособие / А.В. Левкина. — Москва : КноРус, 2022. — 141 с. — ISBN 978-5-406-09579-9. — URL:<https://book.ru/book/943827>. — Текст : электронный.

4. Левкина, А.В. Фотодело : учебное пособие / А.В. Левкина. - М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2016. – 320 с.

5. Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ : монография / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 473 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-12307-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496483>

6. Шанидзе И. Фотография. Искусство обмана. – М.: Эксмо, 2018.-176с.

Интернет-ресурсы:

1. Басманов, М. Автоматизация в Photoshop, фотомонтаж, секреты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.basmanov.photoshopsecrets.ru/>, свободный.

2. Газаров, А. Основы цифровой фотографии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iknigi.net/avtor-artur-gazarov/29009-osnovy-cifrovoy-fotografii-artur-gazarov/read/page-21.html>, свободный.

3. Котлов, Д. Adobe Photoshop [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dmkotlov.ru/e/75311-i-agarova-adobe-photoshop-cs3-chudesaretushi.html>, свободный.

4. Обучаемся Фотошопу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alltutorials.ru/>, свободный.

5. Современные фотографы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.famousphoto.ru>, свободный

6. Школа рекламиста «AdvschoolRu» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advschool.ru/>, свободный.

7. 25 полезных сайтов для фотографов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-fotografy/25-poleznyh-sajtov-dlya-fotografov-815360/>, свободный.

8. 50 лучших в сети ресурсов с бесплатными изображениями и фото [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rusability.ru/content->

marketing/50-luchshih-i-besplatnyih-v-seti-resursov-s-izobrazheniyami-i-foto/, свободный.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе выполнения обучающимися практических заданий, подготовки докладов и сообщений, а также индивидуальных заданий, внеаудиторной самостоятельной работы.

| Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания) | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения |
|---|---|
| Уметь: | |
| <ul style="list-style-type: none"> – компоновать предметные композиции в соответствии с рекламными задачами; – выбирать необходимое осветительное и фотосъемочное оборудование в соответствии с рекламной задачей; – выбирать фотографические методы и приёмы в зависимости от рекламной задачи; – использовать колорит в рекламной фотографии; – работать с фотомodelью в процессе фотосъемок в зависимости от поставленной рекламной задачи; – выполнять съемку фотомodelей и формировать портфолио; – выбирать компьютерные технологии для обработки рекламных фотоизображений. | <p>Устный опрос. Оценка результатов выполнения практических работ. Оценка внеаудиторной самостоятельной работы.</p> |
| Знать: | |
| <ul style="list-style-type: none"> – основные функции, цели и задачи рекламы, классификацию рекламы, способы ее распространения, факторы воздействия на потребителя; – особенности фотографических технологий в рекламе, использования образа фотомodelи для решения рекламных задач; – законодательство в сфере рекламы; – законы композиции и выразительные средства фотографии; – психологию цвета и закономерности использования цветовых сочетаний; – оборудование для рекламной фотографии (специальное световое оборудование, оборудование предметных столов, форматные, карданные фотокамеры, в том числе цифровые); – технологию работы с импульсным освещением; – правила освещения предметных композиций в рекламе; – методы и приемы выявления фактуры фотографируемых предметов; – компьютерные технологии подготовки фотоизображений для рекламных целей и макетирования рекламных изданий. | <p>Устный опрос. Оценка результатов выполнения практических работ. Оценка внеаудиторной самостоятельной работы.</p> |