

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
 COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
 COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
1. Unidad Académica: Facultad de Arquitectura y Diseño	
2. Programa de estudio: Licenciatura en Diseño Gráfico	3. Vigencia del plan: 2006-2
4. Unidad de aprendizaje: Fotografía publicitaria	5. Clave: 16180
6. HC: 1 HL:	HT: 2 HPC:
	HE: 1 CR: 4
7. Ciclo escolar: 2013-1	8. Etapa de formación a la que pertenece: Disciplinaria
9. Carácter de la unidad de aprendizaje: Optativa	
10. Requisitos para cursar la unidad de aprendizaje:	8280 Fotografía II

Elaboró: MDGD José Alberto Martínez Aguirre	Vo.Bo.: Arq.Mario Macalpin Coronado
Fecha: Noviembre 2012	Puesto: Subdirector

II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO.

Esta unidad de aprendizaje de la etapa disciplinaria y del área tecnológica tiene como propósito extender las herramientas aprendidas en los cursos de fotografía I y fotografía II de tal manera que el alumno pueda crear imágenes fotográficas digitales publicitarias, y así poder venderlas e impulsar una idea, servicio o producto.

III. COMPETENCIA DEL CURSO.

Aplicar diferentes técnicas fotográficas y reglas de composición a través de la planificación de sesiones y selección de medios de salida, para resolver la problemática de obtención de las imágenes que ayuden a la venta o promoción de algún producto o servicio, con una actitud propositiva e innovadora.

IV. EVIDENCIA DE DESEMPEÑO.

Elaboración de impresiones fotográficas donde el alumno demostrará los conocimientos adquiridos al resolver la toma y obtener una imagen que represente la idea, concepto y estilo que cada producto o servicio representa; anexándolo a un portafolio y presentándolo de una forma expositiva.

V. DESARROLLO POR UNIDADES	
Encuadre del curso.	Duración: 1 hora
Descripción temática del contenido del curso, del procedimiento de evaluación y la bibliografía.	
Unidad I	Duración: 2 horas
INTRODUCCIÓN A LA FOTOGRAFÍA DIGITAL	
Competencia:	
Identificar las bases de la fotografía digital a través del análisis de diversos ejemplos y la producción de imágenes, para la selección adecuada del tratamiento de archivos para impresión y otros métodos de salida de acuerdo a los requerimientos necesarios del proceso de diseño, con una actitud selectiva, productiva y flexible.	
Contenido:	
1.1 De lo análogo a lo digital	
1.2 Formatos de la imagen digital	
1.3 Temperatura y psicología del color	
1.4 El retoque y ajuste con software digital	
Unidad II	Duración: 20 horas
FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO	
Competencia:	
Analizar diferentes estilos fotográficos y técnicas de iluminación, comparándolas y evaluándolas a través de su aplicación, llegando a la selección indicada para que ayude a la venta o promoción de algún producto, a través de una actitud objetiva,	

creativa y colaborativa.

Contenido:

2.1 Introducción a la fotografía de producto

2.2 Estilos Fotográficos de publicidad

2.2.1. Art-decó/modernista

2.2.2. Pictorialista

2.2.3. Neobjetivista-constructivista

2.2.4. Surrealista-Cubista-Futurista

2.2.5. Subjetivista

2.2.6. Humanista

2.2 Iluminación de productos

2.2.1 Iluminación de objetos opacos texturizados

2.2.2 Iluminación de objetos opacos lisos

2.2.3 Iluminación de cerámica

2.2.4 Iluminación de objetos metálicos

2.2.5 Iluminación de madera

2.2.6 Iluminación de porcelana y figuras traslucidas

2.2.4 Iluminación de alimentos

2.2.4.1 Introducción

2.2.4.2 Maquilladores de comida

2.2.4.3 Procedimiento

2.2.4.4 Presentación: ficha técnica y aplicación

Unidad III

Duración: 25 horas

FOTO MODELAJE

Competencia:

Identificar las distintas necesidades y hacer la toma de decisiones indicada tomando en cuenta las necesidades de cada caso para la solución adecuada de cada proyecto a través de la obtención de imágenes, con una actitud segura, colaborativa, innovadora, paciente y compañerismo.

Contenido:

3.1 Introducción al foto modelaje

3.1.1 Historia y evolución

3.1.2. Especialidades

3.1.3. La fotografía digital dentro de la moda

3.2 Conceptualizar

3.3 Casting

3.4 Maquillaje, peinado, vestuario

3.5 Producción: escenografía y ambientación.

3.6 Sesión fotográfica

3.6.1. Preparación previa

3.6.2. Dirección del modelo

3.6.3 Fotografía de moda con vestuario

3.6.4 Fotografía de moda con accesorios

3.6.5 Capturando en exterior o locación

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRACTICAS				
No.	Competencia	Descripción	Material de Apoyo	Horas
1	Conocer los diferentes tipos de archivos para la producción de imágenes en diferentes formatos y medidas a través de la práctica de preparación de los mismos para aplicaciones digitales y de impresión con una actitud selectiva y analítica.	Retoque y preparación de archivos.	Imágenes previamente obtenidas, software de diseño, material de impresión.	2
2	Clasificar estilos fotográficos de publicidad a través del análisis y su estudio para así poder diferenciarlos y seleccionar la aplicación correcta para cada uno de estos con una actitud analítica, creativa y de precisión.	Recopilación y exposición grupal de ejemplos de autores externos en espacio exterior.	Material a elegir por alumno.	7
3	Conocer tipos de iluminación en productos de diferentes materiales y requisitos necesarios de una sesión fotográfica para la obtención de imágenes publicitaria a través de la práctica y análisis. Todo esto con una actitud creativa, innovadora y selectiva.	Realizar propuesta de anuncio publicitario de producto para revista.	Cámara fotográfica, equipo de iluminación, selección de producto y utilería a elección.	7
4	Planificar una sesión de fotografía de moda con vestuario, tomando en cuenta las consideraciones y requisitos previamente aprendidos con el fin de obtener una imagen publicitaria. Todo esto con una actitud creativa, innovadora, colaborativa, selectiva y profesional.	Realizar propuesta de imagen para campaña publicitaria de marca de ropa partiendo desde la planeación al momento de la toma, conceptualización, casting, selección de maquillaje, peinado, etc.	Cámara fotográfica, equipo de iluminación, vestuario y utilería.	8
5	Planificar y realizar una sesión de fotografía de moda con accesorios, tomando en cuenta las consideraciones y requisitos previamente aprendidos con el fin de obtener una imagen publicitaria. Todo esto con una actitud creativa, innovadora, colaborativa, selectiva y profesional.	Realizar propuesta de imagen para campaña publicitaria de tienda de accesorios partiendo desde la planeación al momento de la toma, conceptualización, dirección, casting, selección de maquillaje, peinado, etc.	Cámara fotográfica, equipo de iluminación, vestuario y utilería.	8

VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO.

- Exposición de los temas por parte del profesor; planteamiento del ejercicio a resolver. Demostración de la solución y posibles aplicaciones de cada práctica; análisis de ejemplos y casos similares a los proyectos.
- Realización de trabajos prácticos terminales y/o ejercicios de clase: bocetaje, planeación, dirección, locación, sesión fotográfica, impresión de originales y montaje.
- Delimitación de las características de un proyecto a realizar por tema, mutuo acuerdo alumno-profesor; presentación y análisis de los trabajos, por parte de grupo.
- Asesoría individual para el desarrollo de los proyectos en el planteamiento conceptual.
- Implementación de dinámicas grupales (repentinias, mesas de discusión, investigaciones).
- Pláticas con expositores, especialistas, profesionales, técnicos y usuarios de la comunicación visual; visitas a empresas e instituciones afines a esta materia.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Criterios y medios de acreditación de acuerdo con el Estatuto Escolar de la UABC:

- la calificación mínima aprobatoria para esta asignatura es de 60.
- la calificación obtenida se expresará en escala centesimal de 0 a 100.
- si la calificación final obtenida es mayor o igual que las 5 centésimas de cada unidad decimal, ésta no subirá a la unidad decimal superior. Ejemplo: 65 NO SUBIRÁ A 70.
- el alumno deberá cubrir el 80% de asistencias para tener derecho a la calificación final ordinaria.

IX. BIBLIOGRAFÍA.	
Básica.	Complementaria.
<p>Alex Larg y Jane Wood. (1999). Fotografía Nocturna. México: Somohano</p> <p>Eliot Siegel. (2009) Curso de fotografía de moda, principios, práctica y técnicas: Una guía indispensable. España: Acanto</p> <p>Jeremy Webb. (2011) Diseño Fotográfico. España: Gustavo Gili</p> <p>David Praker. (2007) Iluminación: Luz con propiedades concretas o el equipo que la produce. España: H. Blume (Hermann Blume)</p> <p>Raul Eguizabal. (2011) Fotografía publicitaria. México: Cátedra.</p> <p>Syl Arena. (2012) Lighting for Digital Photography: From Snapshots to Great Shots. Peachpit Press; 1 edition</p>	<p>Julie Adair King. (2012). Digital Photography for Dummies. For Dummies</p> <p>Alfonso Bustos Toldos. Curso de Fotografía Digital.</p>