

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
 (НГУАДИ)

РПД одобрена
 Ученым советом НГУАДИ

протокол № 17 от 28.02.2022

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОиМД

 И.В. Рязанцева

" 28 " февраля 2022 г.

Практика рекламной фотографии

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Коммуникационного дизайна**
 Учебный план 38.03.02_2023_Менеджмент.plx
 Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
 Профиль менеджмент креативных индустрий

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
 в том числе:
 аудиторные занятия 32
 самостоятельная работа 40

Виды контроля в семестрах:
 зачеты с оценкой 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	16 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

Преподаватель кафедры КД, Чешева Т.Б.



Рецензент(ы):

канд. искусствоведения, Зав.кафедрой КД, Нечаев М.Г.



Рабочая программа дисциплины

Практика рекламной фотографии

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

составлена на основании учебного плана:

38.03.02 Менеджмент

утвержденного учёным советом вуза от 28.02.2022 протокол № 17.

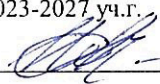
Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Коммуникационного дизайна

Протокол от 28.02.2022 г. № 07

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой _____



М.Г. Нечаев

Согласовано:

Декан факультета _____



Е.Л. Соболева

Заведующий НТБ _____



Н.А.Патрушева

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Формировать компетенции обучающегося в области разработки и создания объектов рекламы с использованием фотографии как их основного элемента; с применением технических и изобразительных средств фотографии и необходимого программного обеспечения.
1.2	Задачи дисциплины:
1.3	• Рассмотреть жанры и формы рекламной фотографии.
1.4	• Раскрыть принципы проектирования фотографических объектов рекламы.
1.5	• Показать особенности применения технических и изобразительных средств фотографии при проектировании и создании таких объектов.
1.6	• Предоставить обучающимся возможности для формирования умений и навыков проектирования и создания эффективной фоторекламы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Корпоративные коммуникации
2.1.2	Основы управления персоналом
2.1.3	Социология менеджмента
2.1.4	Философия
2.1.5	Web-сайт организации
2.1.6	Дизайн и рекламные технологии
2.1.7	Массовая и медиакультура
2.1.8	Основы теории и методологии дизайна
2.1.9	Проектирование (начальный уровень). Социально-культурное проектирование
2.1.10	Культурология
2.1.11	Фирменный стиль и основы дизайна
2.1.12	Экономика креативных индустрий
2.1.13	История (история России, всеобщая история)
2.1.14	История дизайна
2.1.15	Основы графического формообразования
2.1.16	Основы профессиональной деятельности
2.1.17	Скетчинг
2.1.18	Социология
2.1.19	Учебная практика. Ознакомительная практика
2.1.20	История искусств
2.1.21	Культура умственного труда в профессиональной деятельности
2.1.22	Профессиональная этика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	PR в выставочной деятельности
2.2.2	Арт-менеджмент
2.2.3	Интерпретация культурного наследия
2.2.4	Основы планирования карьеры
2.2.5	Проектирование (продвинутый уровень)
2.2.6	Эстетика
2.2.7	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.8	Преддипломный проект
2.2.9	Производственная практика. Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-6: Способен находить и привлекать ресурсы к реализации предпринимательских проектов	
Знать:	
Уровень 1	жанры, формы и творческие направления рекламной фотографии, методы использования фотографического оборудования при создании рекламной фотографии
Уметь:	
Уровень 1	применять на практике методы проектирования и размещения в сети Интернет рекламных фотопродуктов.
Уровень 2	пользоваться профессиональной фотоаппаратурой, осуществлять фотосъемку в студии в рекламных целях и преобразовывать снимки в рекламный продукт
Владеть:	
Уровень 1	навыками спользовать современные средства и технологии подготовки макетов рекламных дизайн-проектов к печати на различных устройствах вывода изображений

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	ПК-6.1.6 Программные средства обработки фотографического материала
3.2	Уметь:
3.2.1	ПК-6.2.5 Создавать индивидуальные настройки современного программного обеспечения;
3.2.2	ПК-6.2.10 Работать с современным системным программным обеспечением для автоматизации процессов рекламной фотосъемки и дизайн-проектирования в рекламе.
3.3	Владеть:
3.3.1	ПК-6.3.4 Навыками проектирования художественных композиций в рекламе с использованием фотографии

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Жанры и формы рекламной фотографии					
1.1	Имиджевая рекламная фотография /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
1.2	Каталожная рекламная фотография /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
1.3	Предметная рекламная фотография /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
1.4	Модная рекламная фотография /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
1.5	Самостоятельная работа по темам и разделам дисциплины /Ср/	6	10	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
	Раздел 2. Оборудование и программные средства рекламного фотографа					
2.1	Выбор камеры и оптики для рекламной фотосъемки /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
2.2	Выбор освещения для рекламной фотосъемки /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
2.3	Выбор локации, аксессуаров и специальных средств при выполнении рекламной фотосъемки /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
2.4	Стандартные и специальные программные средства рекламного фотографа /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
2.5	Самостоятельная работа по темам и разделам дисциплины /Ср/	6	10	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	

	Раздел 3. Рекламный продукт и технологии подготовки макетов рекламных дизайн- проектов					
3.1	Наружная реклама. Создание макетов рекламных носителей /Пр/	6	4	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
3.2	Представительская рекламная продукция /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
3.3	Типы представительской рекламная продукция /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
3.4	Каталоги продукции. Особенности проектирования каталогов продукции /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
3.5	Упаковка, как рекламный продукт /Пр/	6	2	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
3.6	Рекламный продукт в интернет ресурсах. Рекламные носители в интернете /Пр/	6	4	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	
3.7	Самостоятельная работа по темам и разделам дисциплины /Ср/	6	20	ПК-6	Л1.4 Л1.1 Л1.3 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Практика рекламной фотографии"

5.2. Темы письменных работ

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Практика рекламной фотографии"

5.3. Фонд оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Практика рекламной фотографии"

5.4. Перечень видов оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Практика рекламной фотографии"

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Савельева, А. С., Кузнецова, М. Р.	Искусство фотографии. Роль фотографии в графическом дизайне: учебное пособие для студентов вузов	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017
Л1.2	Шемшуренко, Е. Г.	Теория и практика фотографии: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019
Л1.3	Шемшуренко, Е. Г.	Программные пакеты в коммуникативном дизайне: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018
Л1.4	Овчинникова Р. Ю., Дмитриева Л. М.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
--	---------------------	----------	-------------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Жердев Е. В.	Формальная композиция. Творческий практикум по основам дизайна: Учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014
Л2.2	Молочков В. П.	Основы цифровой фотографии	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019
Л2.3	Казарина Т. Ю.	Цветоведение и колористика: Практикум по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн»	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Практика рекламной фотографии» - Режим доступа: https://portal.nsuada.ru/course/
----	---

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Windows 10 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop
---------	---

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ
7.2	Помещение для самостоятельной работы, оснащенная персональным компьютером (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации с преподавателем, указанные в РПД источники литературы и другие материалы.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ ИМЕНИ А.Д.КРЯЧКОВА»
(НГУАДИ)**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины
«Практика рекламной фотографии»

Учебный план: 38.03.02_2023_Менеджмент.

Направление подготовки (специальность): 38.03.02 Менеджмент. Менеджмент креативных индустрий

1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Таблица 1

Код Компетений	Оценочные средства	Не сформирован 0-30 баллов (неудовлетворительно)	Пороговый уровень 31-50 балл (удовлетворительно)	Базовый уровень 51-81 балл (хорошо)	Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично)
ПК-6	Контрольная работа По результатам выполнения контрольных заданий	Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Текущий контроль успеваемости – Контрольная работа

1. Создание проекта рекламы продукции в технике "высокий ключ" 2. Создание проекта рекламы продукции в технике "низкий ключ" 3. Создание концепции имиджевой фоторекламы 4. Создание концепции каталожной фоторекламы модной продукции 5. Создание концепции фоторекламы товара с использованием освещения разных типов 6. Создание концепции фоторекламы на основе оформления упаковки 7. Создание концепции фоторекламы для продвижения бренда в сети интернет

- 1 Имиджевая рекламная фотография
- 2 Приемы каталожной рекламной фотографии
- 3 Предметная рекламная фотография
- 4 Рекламная фотография моды
- 5 Интерьерная фотография
- 6 Рекламная фотография и пресса
- 7 Выбор фотокамеры и типа оптики для рекламной фотосъемки
- 8 Источники света в рекламной фотографии
- 9 Влияние выбора локации на результат рекламной фотосъемки.
- 10 Специальные средства в арсенале рекламного фотографа.
- 11 Организация процесса фотосъемки и получения готовой рекламной фотографии
- 12 Форматы файлов цифровых фотокамер и организация процесса выбора удачного кадра.
- 13 RAW конвертеры – что выбрать?
- 14 Применение фоторедакторов и специальных плагинов на примере Adobe Photoshop.
- 15 Рекламное фото, как этап создания рекламного продукта. Макет дизайн-проекта.
- 16 Особенности проектирования рекламной фотосъемки для наружной рекламы
- 17 Особенности проектирования рекламной фотосъемки для представительской рекламной продукции
- 18 Особенности проектирования рекламной фотосъемки для создания макета упаковки товара

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Промежуточная аттестация – зачет с оценкой

Зачет с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов учебной дисциплины на основании результатов обучения по дисциплинам модуля.