

LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

CURSO: 1995-1996

ASIGNATURA: TECNOLOGIA AUDIOVISUAL (FOTOGRAFIA PUBLICITARIA)

TERCER CURSO. PRIMER SEMESTRE

CODIGO: 20652 (OB) 5C: 3T+2P

PROFESOR: JOSE A. RIVERO SANCHEZ

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA:

Estudio de los diferentes tipos de originales publicitarios, creación y análisis de casos concretos.

TEMARIO:

- TEMA 1: Características fundamentales del fotógrafo publicitario: "La especialización".
- TEMA 2: Casting, el producto es el modelo.
- TEMA 3: El bodegón publicitario (pack-shot).
- TEMA 4: Moda. Que el modelo no te canibalice el producto.

PRACTICAS:

Realización de tres bodegones publicitarios siguiendo tres tendencias diferentes:

- 1.- Luz suave (luz inglesa): para perfumes, colonias, productos de belleza.
- 2.- Luz dramática: para limpiadores, insecticidas, ofertas.
- 3.- Luz caliente: productos alimenticias (galletas, snacks, etc.)

BIBLIOGRAFIA

HEDGECOB, John: Curso de Fotografía Básica. H. Blume Ediciones. Madrid, 1979.

LANGFORD, Michael: La fotografía paso a paso. H. Blume Ediciones. Madrid, 1987.

VV.AA: Enciclopedia KODAK de la fotografía creativa. Editorial Salvat. Barcelona, 1986.

VV.AA: Eterno Efímero. AFP/PMM.

VV.AA: Instante y magia - 1990. AFP/PMM. Madrid, 1990.

VV.AA: Instante y magia - 1991. AFP/PMM. Madrid, 1991.

VV.AA: Instante y magia - 1992. AFP/PMM. Madrid, 1992.

VV.AA: Instante y magia - 1993. AFP/PMM. Madrid, 1993.

VV.AA: Instante y magia - 1994. AFP/PMM. Madrid, 1994.