

Titulación	Tipo	Curso
Publicidad y Relaciones Públicas	OP	4

## Contacto

Nombre: Luis Fernando Morales Morante

Correo electrónico: fernando.morales@uab.cat

## Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

## Prerrequisitos

ALUMNOS ERASMUS Y MOVILIDAD INTERESADOS EN ESTA ASIGNATURA, POR LA ESPECIAL METODOLOGÍA Y LA LIMITACIÓN ESPACIOS DE LABORATORIO, QUE PUEDE LIMITAR EL CUPO MATRÍCULA CON LISTA DE ESPERA,

ES IMPRESCINDIBLE CONCERTAR ENTREVISTA A PRINCIPIOS DE SEPTIEMBRE, O EN TODO CASO SIEMPRE ANTES DEL INICIO DE LAS CLASES, CON EL PROFESOR RESPONSABLE. NO SE ATENDERÁ CON POSTERIORIDAD.

## Objetivos y contextualización

La FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA es la capacidad de encontrar soluciones creativas a los problemas que plantea la comunicación a través de la creación de imágenes simbólicas. La imagen es fundamento para el desarrollo de propuestas de comunicación creativas y de impacto visual.

La Fotografía publicitaria es capaz de captar, a través de una imagen simbólica y connotativa la atención visual de un target. Una imagen poderosa puede ser un llamado publicitario en sí misma.

Principales objetivos formativos:

1. Conocimientos básicos de tecnología y lenguaje visual.
2. Proceso de producción y creación fotográfica dentro del ámbito publicitario.
3. Revelado digital y retoque básico aplicado a su uso publicitario.
4. Actividades sobre iluminación artificial aplicada a producir imágenes publicitarias.
5. Análisis y uso de la imagen.
6. Creación y realización de mensajes gráficos publicitarios creativos.

## Resultados de aprendizaje

1. CM30 (Competencia) Integrar las habilidades individuales (creatividad, uso de recursos expresivos y tecnológicos) en el desarrollo de proyectos colaborativos propios del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
2. CM31 (Competencia) Idear proyectos gráficos y audiovisuales en el ámbito de la comunicación persuasiva que respondan a las nuevas tendencias expresivas y tecnológicas.
3. CM32 (Competencia) Generar proyectos gráficos y audiovisuales transformadores que refuercen valores democráticos y amplíen derechos sociales.
4. KM34 (Conocimiento) Identificar las herramientas tecnológicas y los formatos idóneos para la producción y realización de mensajes audiovisuales persuasivos.
5. SM29 (Habilidad) Utilizar las técnicas de composición, encuadre, edición y montaje de imagen y sonido para la creación de mensajes persuasivos audiovisuales comprensibles y atractivos.
6. SM30 (Habilidad) Operar con cámaras, micrófonos, mesas de mezclas, softwares de edición y retoque de imagen y sonido y otros efectos de postproducción para elaborar mensajes persuasivos comprensibles y atractivos.

## Contenido

### BLOQUE 1 . Técnica & imagen publicitaria

- La cámara - Sensibilidad. Objetivos. Obturador. Diafragma. Control de exposición. Balance de blancos. Enfoque.
- Iluminación: características / Control de la iluminación / Uso de platós
- Lo simbólico del color y el blanco y negro
- Posproducción digital

### BLOQUE 2. El proyecto fotográfico publicitario

- Características y objetivos
- Metodología de un proyecto fotográfico profesional
- El guión: concepto y brief

### BLOQUE 3. Géneros fotográficos

- Fotografía de moda & retratos
- Fotografía de productos
- Fotografía gastronómica

### BLOQUE 4. La imagen publicitaria

## Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
--------	-------	------	---------------------------

Tipo: Dirigidas

SESIONES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS	52,5	2,1	CM30, CM31, CM32, KM34, SM29, SM30, CM30
Tipo: Supervisadas			
TUTORÍAS	7,5	0,3	CM30, CM31, CM32, KM34, SM29, SM30, CM30
Tipo: Autónomas			
ESTUDIO INDIVIDUAL	82,5	3,3	CM30, CM31, KM34, CM30

La propuesta activa de un PROYECTO publicitario que integre diferentes piezas publicitarias.

El proyecto consiste en la creación de un PORTAFOLIO de Agencia con la exhibición de algunos de sus trabajos con un formato digital (página web). El portafolio estará compuesto por dos proyectos realizados en grupo. El objetivo es trabajar con originales propios y su aplicación en creaciones gráficas.

El grupo de trabajo formará una AGENCIA. El Proyecto PORTAFOLIO será realizado por los integrantes de la Agencia.

La dinámica será de trabajo activo, principalmente de plató fotográfico, o externo según las piezas a realizar, y de diseño gráfico hasta completar el arte final.

PROYECTO: La metodología sigue el concepto de Aprendizaje Activo. Mediante la orientación del equipo docente y la planificación inicial de las sesiones presenciales, a través de los módulos integrados de teoría y práctica de la toma de imagen y de la edición final, cada equipo tiene el encargo de desarrollar una actividad final (PROYECTO: PORTAFOLIO DE AGENCIA), en el que el alumno tendrá también responsabilidades individuales. El Aprendizaje Activo también incluye materiales virtuales y actividades que ayuden a complementar el proceso, como pueden ser las fichas didácticas, materiales de lectura y análisis.

PROYECTO INDIVIDUAL: El estudiante tendrá la posibilidad de realizar un proyecto gráfico individual.

TUTORÍA: La tutoría permanente de los profesores en la unidad de producción fotográfica en las diferentes fases de producción, el apoyo de los técnicos de laboratorio, y la consulta de materiales virtuales y bibliográficos conducirá al alumno de forma gradual a sus objetivos.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura y estará disponible en el Campus Virtual de la asignatura, donde el alumnado podrá encontrar los diversos materiales docentes y toda la información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por motivos de fuerza mayor según las autoridades competentes, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

NOTA: El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género y con el uso del lenguaje inclusivo.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Evaluación

## Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Proyectos grupales/ Proyecto individual	75%	5,5	0,22	CM30, CM31, CM32, SM29, SM30
Sesiones prácticas (cámara digital / iluminación)	15%	1,5	0,06	CM30, CM31, CM32, KM34, SM29, SM30
TUTORÍAS	10%	0,5	0,02	CM30, CM31, KM34

Esta asignatura sigue la evaluación continuada y no prevé evaluación única.

Las actividades de evaluación son:

- Actividad 1. Aprendizaje, 10% sobre la calificación final
- Actividad 2. Géneros, 15% sobre la calificación final
- Actividad 3. Proyecto transversal, 15% sobre la calificación final
- Actividad 4. Advertising, 30% sobre la calificación final
- Actividad 5. Personal, 20% sobre la calificación final
- Actividad 6. Tutorías, 10% sobre la calificación final

Para poder aprobar la asignatura, es necesario sacar una nota mínima de 5 en todas las actividades.

### Recuperación

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

Para poder presentarse a la recuperación de la asignatura, será necesario haber obtenido una nota media de 3,5. Las actividades que quedan excluidas del proceso de recuperación son: Actividad 1 y 3, ya que por sus características hacen inviable su recuperación.

### NO EVALUABLE

El alumnado que no haya completado al menos el 33% de las actividades de evaluación previstas en la asignatura será considerado como no evaluable, y así constará en la calificación final.

### PLAGIO

En el caso que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que pudiera instruirse. En caso de que se produzcan varias irregularidades, en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

### INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Para esta asignatura se permite el uso de tecnologías de inteligencia artificial (IA) exclusivamente según las pautas indicadas por el profesorado. El alumnado tendrá que identificar claramente qué partes han sido generadas con esta tecnología, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre cómo éstas han influido en el proceso y en el resultado final de la actividad. La falta de transparencia en el uso de la IA en esta actividad evaluable se considerará una falta de honestidad académica y puede acarrear una penalización parcial o total en la calificación de la actividad, o sanciones más graves en casos de mayor gravedad.

## Bibliografía

Eguizábal Maza, Raúl. "La fotografía publicitaria." (2012): n. pag. Print.

[https://csuc-uab.primo.exlibrisgroup.com/permalink/34CSUC\\_UAB/ja52mf/alma991059298677306706](https://csuc-uab.primo.exlibrisgroup.com/permalink/34CSUC_UAB/ja52mf/alma991059298677306706)

Gilmore, Steven R. Creatividad fotográfica: proyectos reales de manipulación fotográfica: del briefing al resultado final / Steven R. Gilmore. Barcelona: Index Books, 2000. Print.

Mellado, José María. Fotografía digital de alta calidad. Ediciones Actual. Barcelona, 2007.

Merino, Miguel. Fotografía de producto y publicidad: consigue realizar 50 imágenes espectaculares / Miguel Merino. Madrid: JdeJ editores, 2017. Print.

Lens Leiva, Jorge. "Tendencias de la fotografía publicitaria contemporánea: grandes marcas, grandes conceptos." (2012): n. pag. Print.

[https://csuc-uab.primo.exlibrisgroup.com/permalink/34CSUC\\_UAB/ja52mf/alma991059300808206706](https://csuc-uab.primo.exlibrisgroup.com/permalink/34CSUC_UAB/ja52mf/alma991059300808206706)

Freeman, Michael. Guía completa de fotografía digital. Naturart. Barcelona, 2006.

Sans, Martí. Aprende a fotografiar productos como un profesional / Martí Sans. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2018. Print.

## Software

El software necesario para poder desarrollar la asignatura es: Affinity Photo, Publisher, Designer, o sino Adobe. También se utilizará XD, wordpress, wix.

Aclaremos que la asignatura no incluye en el desarrollo de clase la enseñanza de estos programas.

## Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PLAB) Prácticas de laboratorio	51	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	5	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde