

## PRONTUARIO

|                        |                                                                                           |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>TÍTULO:</b>         | Fotografía comercial II                                                                   |
| <b>CODIFICACIÓN:</b>   | FOT 416                                                                                   |
| <b>PRERREQUISITOS:</b> | FOT 415                                                                                   |
| <b>REQUISITOS:</b>     | Cámara 35 mm digital con sistema de medición manual de 7 megapíxeles o más                |
| <b>CRÉDITOS:</b>       | 4 créditos   4 horas semanales   1 semestre   mínimo 80 horas de laboratorio por semestre |

### DESCRIPCIÓN:

Teoría y práctica de diferentes técnicas y equipos utilizados en la creación de fotografía comercial en exteriores y en estudio. Elaboración de los diferentes procesos creativos y los rasgos que caracterizan y diferencian una técnica fotográfica de otras. Énfasis en la iluminación electrónica en retrato corporativo, talentos y productos. Discusión de temas recientes, como la interacción del arte y los medios de comunicación; el mercado fotográfico y los objetos a fotografiarse como producto de consumo. Requiere laboratorio.

### JUSTIFICACIÓN:

La fotografía comercial ha sido y continuará siendo uno de los medios fundamentales para la venta de productos. En gran medida, la efectividad del impacto comercial de un producto o servicio depende de la calidad de la imagen y de las destrezas técnicas del fotógrafo(a). El desarrollo de estas destrezas y la coordinación de los variados elementos de la producción es fundamental para un comunicador que utilice el medio de la fotografía.

Este curso ofrece al estudiante una base sólida esencial en los conceptos teóricos y la experiencia práctica de las principales técnicas comerciales utilizadas en la actualidad, experiencia práctica en el manejo de luz electrónica y equipo digital.

### OBJETIVOS:

Al finalizar el curso, los estudiantes estarán capacitados para:

1. Definir lo que es fotografía comercial, sus características, componentes, usos, ventajas y desventajas y los fundamentos artísticos que se requieren en su producción.
2. Establecer los diferentes estilos de fotografía comercial y la diferencia entre ellos.
3. Señalar el uso y función de las diferentes técnicas, equipo y materiales que se utilizan en la producción comercial.
4. Desarrollar capacidad para expresar visualmente destrezas de observación y conceptos básicos de la iluminación natural y artificial.
5. Establecer la diferencia en la calidad y cuándo utilizar la tecnología análoga vs. la digital.
6. Valorar la importancia de la expresión artística en la elaboración de una fotografía comercial.
7. Identificar la técnica y equipo idóneo utilizados en los principales estilos comerciales.
8. Utilizar vocabulario fotográfico, artístico y técnico aplicable a la fotografía comercial.
9. Ampliar sus conocimientos sobre las técnicas modernas y contemporáneas para poder analizar y valorizar los diferentes estilos, movimientos de arte y obras individuales.
10. Establecer disciplina en sus hábitos de trabajo de taller.
11. Desarrollar la capacidad para manejar criterios de la obra crítica y la autoevaluación.
12. Incorporar los conocimientos y práctica en sus futuros trabajos comerciales logrando así mayor efectividad en su expresión artística.
13. Crear un portafolio con diferentes técnicas comerciales.

## **CONTENIDO:**

### **I. Iluminación**

#### **A. Natural**

#### **B. Artificial**

##### **1. Luces de tungsteno**

##### **2. Luces de destello electrónico**

### **III. Equipo fotográfico**

#### **A. Selección de objetivos**

#### **B. Cómo los objetivos afectan la imagen**

#### **C. Formato mediano**

#### **D. Formato grande**

#### **E. Equipo digital**

### **IV. Material fotosensitivo**

#### **A. Película**

##### **1. Negativa blanco y negro y a color**

##### **2. Transparencia**

#### **B. Exposición**

- C. Filtraciones
- D. Control de contraste
- E. Digital

#### V. Equipo necesario para un estudio comercial

- A. Caja de luz
- B. Luz de fondo
- C. Sombrillas
- D. Reflectores

#### VI. Métodos de iluminación

- A. *Main light*
- B. *Filling light*
- C. Reflectores
- D. Luz natural
- E. Luz artificial
- F. Combinación de luz natural y electrónica

#### VII. Técnicas

- A. Ilustración
- B. Bodegones
- C. Retrato
- D. *Fashion*
- E. Arquitectura

### **METODOLOGÍA**

Conferencias sobre aspectos técnicos y teóricos.

Demostración de ejemplos a través de recursos audiovisuales. Talleres y asignaciones.

Evaluación y crítica grupal de los trabajos realizados por los estudiantes.

### **EVALUACIÓN:**

|                         |             |
|-------------------------|-------------|
| Exámenes parciales      | 40%         |
| Asignaciones y críticas | 35%         |
| Proyecto final          | <u>25%</u>  |
| <b>Total</b>            | <b>100%</b> |

## AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

## BIBLIOGRAFÍA:

- Agland, Mikkel. (2002). Photoshop Elements and Solutions: The Art of Digital Photography. Alameda: CA: Sybex Incorporated
- Amyot, Andre. (2003). The Art and Techniques of Business Portrait Photography. Buffalo, NY: Amherst Media Incorporated
- Antrobus, Roger. (2003). Selling Photography. New York, NY: Amphoto Books
- Aronoff, Janne. (2002). Photoshop Elements 2 Most Wanted: Digital Photograph, Restoring, Retouching, Art and Combining Photos. Birmingham, GBR: Wrox Press Limited
- Bauister, Steve. (2001). Lighting for Food and Drink Photography. Hove, GBR: Rotovision, SA
- Bidner, Jennifer y Bean, Eric. (2005). The Lighting Cookbook for Fashion and Beauty Photography: Foolproof Recipes for Taking Perfect Portraits. New York, NY: Amphoto Books
- Bilissi, Efthimia y Langford, Michael. (2008). Langford's Advanced Photography. (7ma edición). Woburn, MA: Focal Press
- Bourne, Scott. (2004). 88 Secrets to Selling & Publishing Your Photography. (1ra edición). Gig Harbor, WA: Olympic Mountain School Press
- Brown, Elspeth. (2008). The Corporate Eye: Photography and the Rationalization of American Commercial Culture, 1884-1929. Baltimore, MA: The Johns Hopkins University Press
- Freeman, Michael. (2003). Digital Photographic Special Effects. New York: Watson-Guptill Publications Incorporated
- Freeman, Michael. (2006). The Complete Guide to Light & Lighting in Digital Photography. New York: NY: Lark Books
- Freeman, Michael. (2007). The Photographer's Eye: Composition and Design for Better Digital Photos. Woburn, MA: Focal Press
- Freer, Douglas. (2008). Microstock Photography: How to Make Money from Your Digital Images. Woburn, MA: Focal Press
- Galer, Mark. (2006). Digital Photography in Available Light: Essential Skills. (3ra edición). Woburn, MA: Focal Press

- Grecco, Michael. (2006). Lighting and the Dramatic Portrait: The Art of Celebrity and Editorial Photography. (1ra edición). New York, NY: Amphoto Books
- Grey, Christopher. (2004). Master Lighting Guide for Portrait Photographers. Buffalo, NY: Amherst Media
- Hollenbeck, Cliff y Hurter, Bill. (2007). Photography Book 4-pack: Portrait Photographer's Handbook, The Best of Portrait Photography, Best of Photographic Lighting, Big Bucks, Selling Your Photography. Buffalo, NY: Amherst Media Incorporated
- Hollenbeck, Cliff. (2008). Big Bucks Selling Your Photography. (4ta edición) Buffalo, NY: Amherst Media Incorporated
- Hunter, Fil; Biver, Steven y Fuqua, Paul. (2007). Light: Science and Magic: An Introduction to Photographic Lighting. (3ra edición). Woburn, MA: Focal Press
- Jamieson, Catherine y McCormick, Sean. (2006). Digital Portrait Photography and Lighting: Take Memorable Shots Every Time. Hoboken, NJ: Wiley
- Johnson, Glen. (2006). Digital Wedding Photography: Capturing Beautiful Memories. Hoboken, NJ: Wiley
- Knight, Nick. (2000). The Impossible Image: Fashion Photography in the Digital Age. Harrisburg, PA: Phaidon Press
- Lesko, Lou y Lane, Bobbi. (2007). Advertising Photography: A Straightforward Guide to a Complex Industry. (1ra edición). Boston, MA: Course Technology PTR
- Maitreya, Selina. (2007). How to Succeed in Commercial Photography: Insights from a Leading Consultant. New York, NY: Allworth Press
- McNally, Joe. (2008). The Moment It Clicks: Photography secrets from one of the world's top shooters. (1ra edición). Berkeley, CA: New Riders Press
- Meadhra, Michael y Lowrie, Charlotte. (2006). Exposure and Lighting for Digital Photographers Only. Hoboken, NJ: Wiley
- Meltzer, Steve. (2007). Photographing Arts, Crafts & Collectibles: Take Great Digital Photos for Portfolios, Documentation, or Selling on the Web. New York, NY: Lark Books
- Morrissey, Robert. (2007). Master Lighting Guide for Commercial Photographers. Buffalo, NY: Amherst Media Incorporated
- Neubart, Jack. (2005). Studio Lighting Solutions: Expert Professional Techniques for Artistic and Commercial Success. New York, NY: Amphoto Books
- Pegram, Billy. (2008). Posing Techniques for Photographing Model Portfolios. Buffalo, NY: Amherst Media Incorporated
- Peterson, Bryan. (2006). Beyond Portraiture: Creative People Photography. New York, NY: Amphoto Books

- Poehner, Donna. (2007). 2008 Photographer's Market. (31ava edición). New York, NY: Writers Digest Books
- Proulx, Matt. (2000). The Photographer's Assistant Handbook. Woburn, MA: Focal Press
- Souders, Rick y Oppenheim, Selina. (2002). Art and Attitude of Commercial Photography. New York, NY: Amphoto
- Story, Derrick. (2005). Digital Photography Pocket Guide. (3ra edición). Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.
- Taylor-Haw, Calvey. (2007). The Studio Photographer's Lighting Bible. Hove, GBR: Rotovision, SA
- Tuck, Kirk. (2008). Minimalist Lighting: Professional Techniques for Location Photography. Buffalo, NY: Amherst Media Incorporated
- Williams, James. (2006). How to Create a High Profit Photography Business in Any Market. Buffalo, NY: Amherst Media Incorporated
- Zimberoff, Tom. (2002). Photography: Focus on Profit. New York, NY: Allworth Press

### **ACOMODO RAZONABLE:**

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

### **INTEGRIDAD ACADÉMICA**

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(\*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.