

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	FOTOGRAFÍA COMERCIAL DIGITAL				
CENTRO ACADÉMICO:	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LICENCIATURA EN COMERCIO ELECTRONICO				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	Segundo	CLAVE DE LA MATERIA:	28127
ÁREA ACADÉMICA:	Lenguaje y Realización de productos comunicativos	PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero - Junio		
HORAS SEMANA T/P:	2T 3P	CRÉDITOS:	7		
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial	NATURALEZA DE LA MATERIA:	Obligatoria		
ELABORADO POR:	L. M. Edgar Antonio Guerra Salgado / M.A. Emma Nitzel García Guardado / Fernando Macías				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Lenguaje y Realización de productos comunicativos	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero de 2025		

DESCRIPCIÓN GENERAL

Materia teórico-práctica que proporciona a las y los estudiantes los conocimientos sobre el origen de la fotografía comercial y publicitaria, sus principios básicos sobre composición y producción. Así como las habilidades para desarrollar un lenguaje visual que les permita la captura y edición de imágenes digitales de calidad con fines comerciales que se traduzcan en mensajes visuales atractivos para el consumidor. Se relaciona con las materias enfocadas a la transacción de productos comerciales a través de medios electrónicos, las materias que le anteceden es Fundamentos del e-Commerce; simultánea la de Compradores digitales y antecedente a Post Producción de Medios digitales I y Plan de Social Media en el e-Commerce.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso el estudiantado producirá imágenes fotográficas con fines comerciales que se traduzcan en mensajes visuales atractivos para el consumidor. Lo realizará con ética, disciplina y responsabilidad

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: INTRODUCCIÓN A LA FOTOGRAFÍA		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS CONCEPTUALES	FUENTES DE CONSULTA
<p>El alumnado conocerá la historia y conceptos necesarios de la fotografía, así como la evolución digital y comercial de la misma, su aplicación y función como soporte visual en diferentes contextos del mercado.</p> <p>Al término de la unidad, el alumnado conocerá los conceptos necesarios para entender la fotografía y los componentes y funciones básicas de la cámara profesional y sus equivalentes con teléfonos celulares.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Esbozo histórico de la fotografía como medio de comunicación <ul style="list-style-type: none"> ○ Primeras manifestaciones artísticas y de comunicación. • La cámara fotográfica <ul style="list-style-type: none"> ○ Partes de la cámara, funcionamiento, tipos de cámaras. • Equipo técnico necesario para la fotografía <ul style="list-style-type: none"> ○ Cámara ○ Objetivos ○ Accesorios de cámara ○ Accesorios de iluminación y modificadores de luz • Manejo de la cámara digital <ul style="list-style-type: none"> ○ Triángulo de exposición y balance de blancos ○ Histograma ○ Exposímetro • Aspectos básicos de composición de la imagen digital <ul style="list-style-type: none"> ○ Encuadre, planos, ángulos ○ Reglas y técnicas fotográficas 	<ul style="list-style-type: none"> • # 1 • #14 • # 1 • (a) • # 2

UNIDAD TEMÁTICA II: LA FOTOGRAFÍA COMERCIAL		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS CONCEPTUALES Y PROCEDIMENTALES	FUENTES DE CONSULTA



<p>Al término de la unidad, el alumnado conocerá conceptos necesarios para crear una propuesta fotográfica comercial, asimismo las funciones básicas del estudio fotográfico, el comportamiento de la luz artificial aplicado en las sesiones fotográficas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La fotografía como lenguaje no verbal y su impacto en la publicidad comercial. • Definición y Tipos de Fotografía Comercial <ul style="list-style-type: none"> ○ Fotografía Corporativa ○ Fotografía de Producto ○ Fotografía Gastronómica ○ Fotografía Lifestyle ○ Fotografía de Moda • Diferencia entre Fotografía Publicitaria y Comercial • Composición fotográfica <ul style="list-style-type: none"> ○ Teoría del color ○ Elementos de interacción ○ Balance, Simetría y Armonía • Fotografía en estudio fotográfico <ul style="list-style-type: none"> ○ Propiedades de la luz ○ Jerarquía de la luz • Fotografía de retrato <ul style="list-style-type: none"> ○ Esquemas de iluminación ○ Armado de set fotográfico • Fotografía de producto <ul style="list-style-type: none"> ○ Herramientas para set fotográfico ○ Herramientas para difusión y modificación de luz 	<ul style="list-style-type: none"> • #3 • #14 • #3 • # 1 • # 3 • # 4 • # 5
---	--	---

UNIDAD TEMÁTICA III: PROCESO DE CREACIÓN DE FOTOGRAFÍAS COMERCIALES: BASES Y APLICACIÓN DE LA MANIPULACIÓN DE LAS IMÁGENES

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS CONCEPTUALES Y PROCEDIMENTALES	FUENTES DE CONSULTA
------------------------	---	---------------------



<p>Al finalizar la unidad, el alumnado tendrá las herramientas necesarias para poder realizar el revelado digital dependiendo de las necesidades que la imagen requiera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ideas y bocetos • Pre producción ○ Fondo ○ Colores • Producción ○ Preparación del Producto ○ Elección de cámara y objetivos ○ Iluminación <ul style="list-style-type: none"> ○ Encuadre y composición • Post Producción ○ Revelado de archivos <ul style="list-style-type: none"> ○ Preparación del archivo en Photoshop ○ Trazado/Siluetado ○ Limpieza de imagen ○ Dodge and Burn • Formatos digitales • Uso ético de bancos de imágenes y derechos de autor • Manejo digital de la fotografía con fines comerciales 	<ul style="list-style-type: none"> • #11 • • #11 • #7 • #7 y #12 • # 6 • # 4 • # (b)
--	---	---

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Materia teórica – practica que está diseñada para trabajarse a distancia, donde se abordarán temas teóricos para que puedan aterrizar los estudiantes en sus casas dependiendo de las herramientas con la que cuenten cada uno (a). Se levantarán imágenes, para su posterior procesamiento en la computadora. Se utilizará el aula virtual para subir el material de clase como lecturas, videos y tutoriales complementarias de la misma.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Aula virtual
Cámara digital, celular o réflex
Programa de postproducción fotográfica Internet

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir **N/A**

Código: FO-030200-13

Revisión: 02
Emisión: 13/12/11



Primer parcial ○ Entrega de tareas en tiempo y forma ○ Participación	30% 20% 10%
Segundo parcial ○ Entrega de ejercicios fotográficos ○ Participación	30% 20% 10%
Tercer parcial Entrega de portafolio de trabajo integrador final y presentación final	30% 30%
Participación	10%
TOTAL	100%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. International Edition of the Encyclopedia of Practical Photography: .Estatman Kodak Company Ed. Salvat Editores. Primera Edición, España 1979.
2. GAVERY-WILLIAMS Richard. *Mastering Composition*. Editorial Ammonite Press. Segunda Edición. Inglaterra 2019.
3. BARTHES. Roland. *La cámara lucida*. Editorial Paidós. Primera Edición, Seuil, Paris, 2009.
4. COLORADO NATES, Oscar. *El mejor fotógrafo del mundo*. OscarEnFotos Publishing. Primera Edición. México, 2010
5. FREEMAN, Michael. *La cámara SLR (digital)*. Editorial Blume. Primera Edición. España, 2011
6. FREEMAN, Michael. *Edición digital de la imagen y efectos especiales*. Editorial Blume. Primera Edición. España, 2014.
7. Díaz-Bourgeot, E. (2018). *Fotografía publicitaria. El poder de la imagen*. Anaya Multimedia.
8. Eguizábal, R. (2001). *Fotografía publicitaria*. Cátedra.
9. Giamporini, M. V. (2014). *Fotografía publicitaria: desafíos a partir de la introducción de nuevas tecnologías digitales*. [Trabajo Fin de Grado]. Universidad Juan Agustín Maza. <http://repositorio.umaza.edu.ar/bitstream/handle/00261/571/3Tesina%20Mar%203%20ADA%20Valeria%20Giamporini->
10. Martín de Blas, D. (2019) *Fotografía: arte y publicidad*. [Trabajo Fin de Grado]. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/35251/TFG-N.1038.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
11. Sánchez-Keenan, S. (2008) *El Brief*.



https://www.academia.edu/8896910/C%C3%A1tedra_de_publicidad_Sebasti%C3%A1n_S%C3%A1nchez_Keenan_EL_BRIEF_1

12. Sans, M. (2018). *Aprende a fotografiar productos como un profesional*. Gustavo Gili.
13. Pérez, M. (8 de diciembre de 2020). *Fotografía de producto: La mega guía más completa*. Blog del fotógrafo. <https://www.blogdelfotografo.com/fotografia-producto/>
14. García Gómez, B. (2021). *La fotografía comercial en la era digital. El proceso técnico-creativo y su aplicación a la marca Neckanklet* (Bachelor's thesis).

COMPLEMENTARIAS:

- A) KIEGELAND Burkhardt. Manual para el fotógrafo aficionado Círculos de Lectores, España. B) FERNÁNDEZ SAURA, J. Francisco Photoshop para no iniciados. Ibook Apple Store