

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра искусства фотографии

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе



И.А.Федоричева

19.08

2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
РЕКЛАМНАЯ ФОТОГРАФИЯ**

Уровень основной образовательной программы – бакалавриат

Направление подготовки – 50.03.02 Изыщные искусства

Профиль - Искусство фотографии, фотожурналистика

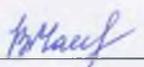
Статус дисциплины – вариативная

Учебный план 2019 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная								Заочная								
Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Форма контроля	Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Контрольная работа	Форма контроля
4	7	108/ 3	60	16	44	48	зачет (7)	4	7	108/ 3	4	4	8	96	+	зачет (7)
<i>Всего</i>		108/ 3	60	16	44	48	зачет (7)	<i>Всего</i>		108/ 3	4	4	8	96	+	зачет (7)

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП и ГОС ВО.

Программу разработал  В.В. Чайка, преподаватель кафедры искусства фотографии

Рассмотрено на заседании кафедры искусства фотографии
(ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского»)

Протокол № 1 от 26.08 2019 г. Зав. кафедрой  Л.М. Филь

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «**Рекламная фотография**» является вариативной частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавриат) и адресована студентам 4 курса (7 семестра) Направление подготовки – 50.03.02 Изящные искусства профиль искусство фотографии, фотожурналистика ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой искусства фотографии.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов: знакомство с назначением и сферами использования рекламной фотографии, технологические особенности рекламной фотосъемки, знакомство с различными видами рекламной фотосъемки, принципы организации рабочего пространства при проведении рекламной фотосъемки.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

- практическая работа с оборудованием;
- письменная (письменный опрос).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 16 часов для очной формы обучения, для заочной формы обучения – не предусмотрены, практические занятия - 44 часов для очной формы обучения и 8 часа для заочной формы обучения, самостоятельная работа - 48 часов для очной формы обучения и 100 часов для заочной формы обучения.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания учебной дисциплины «Рекламная фотография» является подготовка специалиста, способного квалифицированно осуществлять рекламную фотосъемку, разбираться в видах и свойствах рекламных фотоматериалов. Разбираться в определении задач по выполнению рекламных фоторабот, использовать знания по истории рекламной фотографии и современных тенденциях рекламной фотографии, иметь представление о формах организации фотосъемки, о студийном фотооборудовании для рекламной работы и технологиях его использования, использовать различные виды визуализации рекламных фотографий, материалы и технологии, применяемые в рекламной фотографии, и квалифицировано работать с заказчиком и рекламным агентством.

Специалист, окончивший курс дисциплины «Рекламная фотография» может осуществлять профессиональные консультации по вопросам рекламной фотосъемки.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с назначением и сферами использования рекламной фотосъемки;
- получение навыков: по компоновке рекламного кадра, по работе с различными типами фотокамер и осветительного фотооборудования.
- получение навыков постпечатной обработки и оформления фотоматериалов;
- определение со сферами использования рекламной фотографии.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Рекламная фотография» относится к вариативной части. Данному курсу должно предшествовать изучение таких дисциплин, как «Фотокинооборудование», «Свет и его свойства», «Техника и технология цифровой фотографии», «Компьютерная графика», «Цветоведение» которые логически, содержательно и методически связаны с дисциплиной «Рекламная фотография». Данные дисциплины предоставляют обширную теоретическую базу, формируют навыки самостоятельной аналитической работы и составляют теоретическую и практическую основу последующего изучения курса «Рекламная фотография».

Изучение дисциплины «Рекламная фотография» способствует успешному овладению студентами таких дисциплин как «Компьютерная графика», «Аналоговая фотография» и др.

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Данная дисциплина формирует следующие компетенции:

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.
ОК-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-3	способностью к применению стандартизованных искусствоведческих технологий, позволяющих осуществлять решения типовых задач в различных областях профессиональной практики

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-1	способностью к пониманию и постановке профессиональных задач в области научно-исследовательской и творческой деятельности по направленности (профилю) образования
ПК-2	способностью к участию в проведении художественно-эстетических исследований на основе применения профессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях искусствознания по направленности (профилю) образования
ПК-7	способностью к пониманию и постановке профессиональных задач в рамках своей творческой деятельности

В результате изучения дисциплины «Рекламная фотография» студенты должны **знать**:

- назначение и сферы использования рекламной фотографии;
- технологические особенности рекламной
- правила по разработке и созданию проектов в сфере рекламной фотографии;
- технологию рекламной фотографии;
- особенности организации фотосессии в сфере рекламной фотографии.

Овладев курсом, студенты должны **уметь**:

- уметь правильно определять задачу рекламной фотографии;
- осуществлять рекламную фотосъемку с учетом технологических особенностей процесса рекламной фотографии;
- производить предпечатную подготовку материалов рекламной фотографии;
- проводить рекламные фотосессии;
- владеть навыками организации студийного процесса в рекламной фотографии;

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов							
	очная форма				заочная форма			
	всего	в том числе			всего	в том числе		
о	л	п	с.р.	л		п	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1. Использование фотографии в рекламе.	18	4	8	6	30	-	2	30
Тема 2. Понятие предметной фотографии.	20	2	6	12	14	-	2	12
Тема 3. Особенности рекламной фотосъемки интерьера.	18	2	4	12	20	-	2	18
Тема 4. Фотосъемка для каталогов.	20	2	10	8	16	-	2	14
Тема 5. Имиджевая фотография.	20	4	12	4	14	-	2	12
Тема 6. Специфика работы с рекламными изданиями.	12	2	4	6	14	-	-	14
ВСЕГО часов по дисциплине	108	16	44	48	108	-	8	100

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Использование фотографии в рекламе.

История рекламной фотографии. Рекламная фотография как вид «коммерческой фотографии». Виды постановочной рекламной фотографии (предметная, интерьерная, каталожная и имиджевая фотография). Виды визуализации рекламных фотографий. Материалы и технологии применяемые в рекламной фотографии.

Тема 2. Понятие предметной фотографии.

Съемка в студии и на пленэре. Особенности освещения. Техническое задание от заказчика, анализ предмета, работа в рамках бюджета и креативный подход. Работа с декорациями, художественная постановка кадра. Оборудование рекламной фотостудии. Разновидности студийных вспышек (моноблоков), производители, какая разница между ними. Модификаторы света и светофильтры (beauty dish , октагон, шторки). Синхронизаторы студийные. Их разновидности и различия. Настройка фотокамер для студийной съемки. Дополнительное съемочное и сопутствующее оборудование. Особенности фотосъемки предметов в зависимости от их характеристик (ювелирные изделия, обувь и одежда, еда, парфюмерия и т.д.). Фудсъемка. Стилистика, съёмка для меню. Съёмка стекла и бликующих предметов. Особенности бликующих предметов. Закон отражения. Передача объёма при съёмке стеклянных предметов. Съёмка ювелирных изделий. Световой бокс. Особенности фотооборудования для макросъемки. Съёмка одежды (манекены). Съёмка изолированных предметов. Использование лайт-боксов, использование световой кисти, сборка изображения.

Тема 3. Особенности рекламной фотосъемки интерьера.

Техника интерьерной рекламной фотосъемки

Типы применяемых фотокамер и оптики. Форматные, средне форматные, малоформатные камеры. Преимущества и недостатки. Особенности освещения интерьера. Смешанное освещение. Искусственное освещение. Естественное освещение. Создание сюжетного фото ряда, способно передать особенности планировки и дизайна, функциональной и эстетической организации внутреннего пространства офисов, зданий и сооружений. Основная техническая проблема в интерьерной фотографии . Основные методологии — с подсветкой дополнительными источниками света и с применением технологий HDR1. Проявление деталей в тенях. Съёмка для 3D панорамы.

Тема 4. Фотосъемка для каталогов.

Работа с модельным агентством. Фотопробы. Кастинг моделей. Модельные тесты (снеп-шоты). Постановка студийного света. Портрет и fashion в студии. Приемы, постановка света, схемы освещения. Минимум источников света в кадре. Бьюти съёмка. Световые схемы для бьюти съёмки. Стили и образы XX века. Подготовка модели, работа с визажистами (на что нужно обращать внимание). Особенности съемки под верстку журнала, съемка на обложку.

Тема 5. Имиджевая фотография.

Подготовка рекламного проекта и его презентация. Презентация своего портфолио. Креативное создание образа для моделей, проработка идеи в деталях.

Тема 6. Специфика работы с рекламными изданиями.

Техническое задание. Работа с командой, билд-редактор. Оформление готового продукта. Ценообразование и юридические аспекты, релизы, этика.

Путь к коммерческому успеху.

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ТЕМЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- исполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, сообщения по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к дифференцированному зачету.

Цель исполнения самостоятельной работы: формирование у студента опыта познавательной деятельности, закрепления и совершенствования знаний, умений и навыков.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Использование фотографии в рекламе.

1. Рекламная фотография как вид «коммерческой фотографии».
2. Виды постановочной рекламной фотографии (предметная, интерьерная, каталожная и имиджевая фотография).
3. Виды визуализации рекламных фотографий.
4. Автоматические и творческие режимы съемки.
5. Контроль качества.

Термины: матрица, пиксель, светочувствительность, разрешение, отношение сторон кадра, основные узлы, форматы цифровых файлов, размер изображения, объектив, режимы съемки, качество изображения, гистограмма, естественное освещение, искусственное освещение, оборудование.

Выполнить:

1. Съемка в разных режимах работы цифровой камеры (автоматические, сюжетные и творческие режимы).
2. Съемка на неспециализированные устройства для получения цифровых изображений и их сравнение с фотокамерами.

Литература: [1 — С. 5-14; 3 — С. 8-27; 12 — С.39-48; 20 — С. 20-31]

Тема 2. Понятие предметной фотографии.

1. Материалы и технологии применяемые в рекламной фотографии.
2. Понятие предметной фотографии.
3. Гистограмма.
4. Коррекция изображения с помощью инструментов

Термины: фотосъемка, экспонетрические параметры, баланс белого, естественное освещение, искусственное освещение, параметры фотосъемки, полутонового изображения, динамический тональный диапазон, гистограмма, коррекция изображения.

Выполнить:

1. Съемку в условиях естественного и искусственного освещения на цифровую фотокамеру.
2. Сравнительный анализ снимков полученных с естественным и искусственным освещением.

Литература: [7— С. 48-63; 18 — С. 9-83; 19 — С.24-52]

Тема 3. Особенности рекламной фотосъемки интерьера.

1. Техника интерьерной рекламной фотосъемки
2. Типы применяемых фотокамер и оптики.
3. Форматные, средне форматные, малоформатные камеры. Преимущества и недостатки.
4. Особенности освещения интерьера. Смешанное освещение.
5. Искусственное освещение. Естественное освещение

Термины: цвет, цветовая модель, битовая глубина цвета, RAW-файл, метаданные, EXIF-файл, ключевые слова, цифровое изображение, графические файлы, принтер, фотобумага, фотокачество.

Выполнить:

1. Съемка в разных режимах работы цифровой камеры (автоматические, сюжетные и творческие режимы).
2. Съемка на неспециализированные устройства для получения цифровых изображений и их сравнение с фотокамерами.

Литература: [9— С. 15-23; 10 — С. 9-32; 15 — С.31-49]

РАЗДЕЛ II ОСНОВЫ ФОТОИСКУССТВА И КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ.

Тема 4. Фотосъемка для каталогов.

1. Работа с модельным агентством. Фотопробы.
2. Кастинг моделей. Модельные тесты (снелп-шоты).
3. Постановка студийного света. Портрет и fashion в студии.
4. Приемы, постановка света, схемы освещения.
5. Минимум источников света в кадре.

Термины: фотосъемка, естественное освещение, искусственное освещение, параметры фотосъемки, полутоновое изображение, динамический тональный диапазон, гистограмма, коррекция изображения, документальная фотография, объект фотосъемки.

Выполнить:

1. Создание собственного портфолио из пяти выбранных фотографий.
2. Провести обоснование выбора объекта фотосъемки.

Литература: [7— С. 48-63; 18 — С. 9-83; 19 — С.24-52]

Тема 5. Имиджевая фотография.

1. Специфика фото композиционного творчества.
2. Монохромные фотоизображения.
3. Документализм и формотворчество.
4. Визуальный и смысловой центр композиции.

Термины: фотосъемка, естественное освещение, искусственное освещение, параметры фотосъемки, монохромные фотоизображения, динамический тональный диапазон, гистограмма, центр композиции, документальная фотография, визуальный и смысловой центр, объект фотосъемки.

Выполнить:

1. Создание пяти фотографий по различным композиционным принципам.
2. Провести композиционный анализ результатов фотосъемки.

Литература: [9 — С. 55-63; 18 — С. 33-93; 19 — С.56-72]

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**. Необходимо выбрать один из вариантов в соответствии с порядковым номером в академическом журнале. Для выполнения задания необходимо изучить литературу по теме и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

Вариант № 1

1. Дать определение понятия «рекламная фотография».
2. Описать виды рекламной фотографии.

Вариант № 2

1. Дать определение понятия «экспозиция».
2. Описать способы получения рекламных фотоизображений.

Вариант № 3

1. Рассказать о технических требованиях к рекламной фотографии.
2. Описать способы постановочной фотосъемки.

Вариант № 4

1. Рассказать о оборудовании используемым при рекламной фотосъемке.
2. Описать принципы съемки в рекламной фотографии с естественным и искусственным (постоянное, импульсное) освещением.

Вариант № 5

1. Дать определение понятия «фотореклама».
2. Описать особенности рекламной фотопечати.

Вариант № 6

1. Дать определения понятия «слайдпроекция».
2. Описать особенности проекционных установок.

Вариант №7

1. Дать определение понятия «фотопроба».
2. Описать особенности кастинга фотомоделей.

Вариант №8

1. Дать определение понятию «фотографическое качество».
2. Описать особенности съемки различными фотокамерами.

Вариант №9

1. Дать определение понятию «рекламный кадр».
2. Описать особенности съемки рекламной фотографии на пленере.п

Вариант №10

1. Дать определение понятию «проект».
2. Описать особенности съемки архитектурных сооружений.

Вариант №11

1. Дать определение понятию «рисующий свет».
2. Описать особенности съемки интерьерных фрагментов и деталей.

Вариант №12

1. Дать определение понятию «классическая фотография».
2. Описать особенности съемки произведений декоративно-прикладного искусства в рекламных целях.

Вариант №13

1. Дать определение понятию «рекламная фотография».
2. Описать особенности съемки в контровом свете

Вариант №15

1. Дать определение понятию «ракурс».
2. Описать характерные особенности рекламной фотосъемки широкоугольной и длиннофокусной оптикой.

Вариант №16

1. Дать определение понятию «винтаж».
2. Описать способы точной передачи средствами фотографии характера рекламируемого объекта.

Вариант №17

1. Дать определение понятию «светотень».
2. Описать особенности предпечатной обработки рекламных фотоснимков.

Вариант №18

1. Дать определение понятию «авторское право».
2. Описать особенности подготовки коммерческих проектов в фотографии.

Вариант №19

1. Дать определение понятию «копирайт».
2. Описать способы и технологии печати рекламных фотоснимков.

Вариант №20

1. Дать определение понятию «имидж».
2. Описать особенности ценообразования юридические аспекты работы рекламного фотографа.

7.3 ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Рекламная фотография как вид «коммерческой фотографии».
2. Виды постановочной рекламной фотографии (предметная, интерьерная, каталожная и имиджевая фотография).
3. Виды визуализации рекламных фотографий.
4. Материалы и технологии применяемые в рекламной фотографии.
5. Понятие предметной фотографии.
6. Съёмка в студии и на пленэре. Особенности освещения.
7. Техническое задание от заказчика, анализ предмета, работа в рамках бюджета и креативный подход. Работа с декорациями, художественная постановка кадра.
8. Оборудование рекламной фотостудии. Разновидности студийных вспышек (моноблоков), производители, какая разница между ними.
9. Модификаторы света и светофильтры (beauty dish, октагон, шторы). Синхронизаторы студийные. Их разновидности и различия.
10. Настройка фотокамер для студийной съёмки. Дополнительное съёмочное и сопутствующее оборудование.
11. Особенности фотосъёмки предметов в зависимости от их характеристик (ювелирные изделия, обувь и одежда, еда, парфюмерия и т.д.).
12. Фудсъёмка. Стилистика, съёмка для меню.
13. Съёмка стекла и бликующих предметов. Особенности бликующих предметов. Закон отражения.
14. Передача объёма при съёмки стеклянных предметов. Съёмка ювелирных изделий. Световой бокс. Особенности фотооборудования для макросъёмки. Съёмка одежды (манекены).
15. Съёмка изолированных предметов. Использование лайт-боксов, использование световой кисти, сборка изображения.
16. Техника интерьерной рекламной фотосъёмки
17. Типы применяемых фотокамер и оптики. Форматные, средне форматные, малоформатные камеры. Преимущества и недостатки.
18. Особенности освещения интерьера. Смешанное освещение. Искусственное освещение. Естественное освещение
19. Создание сюжетного фоторяда, способного передать особенности планировки и дизайна, функциональной и эстетической организации внутреннего пространства офисов, зданий и сооружений.
20. Основная техническая проблема в интерьерной фотографии.
21. Основные методологии — с подсветкой дополнительными источниками света и с применением технологий HDR. Проявление деталей в тенях. Съёмка для 3D панорамы.
Фотосъёмка для каталогов.
22. Работа с модельным агентством. Фотопробы. Кастинг моделей. Модельные тесты (снелп-шоты).
23. Постановка студийного света. Портрет и fashion в студии. Приемы, постановка света, схемы освещения. Минимум источников света в кадре.
24. Бьюти съёмка. Световые схемы для бьюти съёмки. Стили и образы XX века. Подготовка модели, работа с визажистами (на что нужно обращать внимание).
25. Особенности съёмки под верстку журнала, съёмка на обложку.
26. Имиджевая фотография. Подготовка рекламного проекта и его презентация. Презентация своего портфолио. Креативное создание образа для моделей, проработка идеи в деталях.
27. Специфика работы с рекламными изданиями.
28. Техническое задание. Работа с командой, билд-редактор. Оформление готового продукта. Ценообразование и юридические аспекты, релизы, этика.

29. Путь к коммерческому успеху.

Учебный план подготовки бакалавров по данной дисциплине предполагает сдачу зачета в 7 семестре. Данный вид контроля предполагает выполнение практического задания и демонстрацию его результатов экзаменатору.

Задание:

Подготовить и напечатать собственный рекламный снимок на заданную тематику с основными требованиями рекламной фотографии.

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Изучение дисциплины «Рекламная фотография» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в практических занятиях, а также посредством самостоятельной работы.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В практике образования в области фотоискусства, применяются различные методы и приемы обучения. Методы можно объединить в следующие 3 группы:

- словесные (объяснения, рассказ, беседа, команда, указание, рекомендация);
- наглядные (показ, использование наглядных пособий, видео-фильмов);
- практические (фотосъемка, работа с различным фотооборудованием и программным обеспечением).

Все многообразие методов и приемов находится в тесной взаимосвязи. Применяя их в различных сочетаниях, преподаватель обеспечивает полноценный процесс обучения в области фотоискусства.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка		Характеристика знания предмета и ответов
Отлично (5)	зачтено	<ul style="list-style-type: none"> – уверенное выполнение студентом практической части программы; – глубокие знания техники и технологии получения рекламных фотографий; – грамотно построенная студентом система взаимодействия с различными типами оборудования.
Хорошо (4)		<ul style="list-style-type: none"> – достаточно уверенное выполнение студентом практической части программы; – знание техники и технологии получения рекламных фотографий; – слаженная система взаимодействия студента с различными типами оборудования.
Удовлетворительно (3)		<ul style="list-style-type: none"> – неуверенное выполнение студентом практической части программы; – недостаточное знание техники и технологии получения рекламных фотографий; – неспособность студентом организовать систему взаимодействия с различными типами оборудования.
Неудовлетворительно (2)	незачтено	<ul style="list-style-type: none"> – неисполнение студентом ни одного из вышеперечисленных требований.

10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. [Буш Д. Секреты цифрового сканирования со слайдов, пленок и диапозитивов / Д. Буш. — М.: Вильямс, 2006. — 368 с.: ил.](#)
2. [Гагман Н. А. Фотографирование произведений искусства / под ред. Е. А. Иофиса. — 2-е изд. — М.: Искусство, 1975. — 136 с.](#)
3. [Даниэль С. М. Искусство видеть : о творческих способностях восприятия, о языке линий и красок и о воспитании зрителя / С. М. Даниэль. — М.: Искусство, 1990. — 224 с.: ил.](#)
4. [Келби С. Справочник по обработке цифровых фотографий в Photoshop / С. Келби. — М.: Вильямс, 2003. — 368 с.](#)
5. [Кошаев В.Б. Декоративно-прикладное искусство. Понятия, этапы развития : учеб. пособие. — М.: ВЛАДОС, 2010. — 272 с.: ил.](#)
6. [Ктэйн. Цифровая реставрация фотографий : методики восстановления старых и поврежденных снимков / Ктэйн ; пер. с англ. — К.: МК-Пресс, 2010. — 416 с.: ил.](#)
7. [Лебедь, В. В. Произведения искусства в авторском праве : монография / В. В. Лебедь. — М.: Книгодел, 2011. — 112 с.](#)
8. [Леонтьев К.Н. Авторское право. Водный курс / В. Козырев, К. Н. Леонтьев. — М.: Логос, 2007. — 162 с.](#)
9. [Платонова Н. Искусство : энциклопедия. — М.: Росмэн, 2004. — 143 с.: ил.](#)
10. [Солоницын Ю. А. Коррекция цифровых фотографий / Ю.А. Солоницын. — СПб.: Питер, 2007. — 186 с.: ил.](#)
11. [Фриман М. Свет и освещение в цифровой фотографии : практическое руководство / М. Фриман. — М.: Хорошая книга, 2012. — 224 с.](#)
12. [Хеджкоу Дж. Фотография. Энциклопедия / Дж. Хеджкоу ; пер. с англ. А. И. Жигалова. — М.: Росмэн, 2003. — 262 с.: ил.](#)
13. [Ядловский А. И. Цифровое фото. Полный курс / А. Н. Ядловский. — М.: АСТ, 2005. — 304 с.: ил.](#)

Дополнительная литература:

1. Братковский К.С. Авторское право на фотографию / К.С. Братковский. — Киев, 2013. — 24 с.
2. Юмашева Ю. Ю. Создание электронных копий предметов культурного наследия: проблемы и возможные решения // Справочник руководителя учреждения культуры. 2011. № 10. С. 78–93.
3. Юмашева Ю. Ю. Цифровизации культурного наследия России: нормативно-методическое регулирование // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. 2013. № 3 (117). С. 7–22
4. Волосов Д.С. Фотографическая оптика: (Теория, основы проектирования, оптические характеристики). Учеб-пособие для киноузлов. — 2-е изд. — М.: Искусство, 1978. — 543 с.

Информационные ресурсы

Интернет-ресурсы:

1. <http://elar.urfu.ru> — [Электронный научный архив УрФУ](#).

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (оборудованная фотостудия).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского». Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.

Программное обеспечение, применяемое в процессе обучения:

№ п/п	Наименование тем	Рекомендуемые обучающие, справочно-информационные, контролирующие и прочие компьютерные программы
	Тема 4. Фотосъемка для каталогов.	RawTherapee