UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE: Diseño Gráfico

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

# FOTOGRAFIA II

NIVEL

CUARTO

AMBATO - ECUADOR
2026

## I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura<br>FOTOGRAFIA II<br>Carrera<br>Diseño Gráfico</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FDAA-DG-MP-UP-04-05</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Modalidad<br>PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>FOTOGRAFIA I</td><td>UTA-FDAA-DG-MP-UB-03-04</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular<br>PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Créditos/Horas<br>3<br>Nivel<br>CUARTO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana<br>3</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico<br>48</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo<br>96</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales<br>1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico<br>16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico<br>0</td></tr>
</table>

**TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS**

| | |
|---|---|
| Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal | 3 |
| Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral | 48 |
| Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo | 96 |
| **TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE**<br>(Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.) | 144 |

## III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

**Propósito** Con la asignatura de fotografía conceptual y publicitaria se pretende ofrecer laso de promoción y venta a través de la imagen o utilizando la imagen en una composición; con una metodología teórico - práctica, comprendiendo el uso de la fotografía aplicada a la publicidad de consumo, bebidas, bodegones, modas y catálogos. La fotografía se encuentra vinculada con el perfil profesional del estudiante desde l herramientas necesarias para crear mensajes visuales que posean un concepto clara aplicación de la fotografía publicitaria y conceptual en artes, anuncios, catálogos de venta y promoción, así como apoyo a revistas o artículos de moda; igual el apoyo del módulo a materias como producción audiovisual, web, multimedia y otras en donde la imagen publicitaria es necesaria, todo esto basado en los fundamentos teórico/práctico de la fotografía publicitaria y conceptual.

**Descripción de la asignatura** La asignatura de fotografía publicitaria y conceptual tiene como objetivo formar a futuros profesionales que sepan vender y promocionar artículos a través de la imagen (fotografía), para cual podrá emplear las herramientas de la conceptualización de bogeones publicitarios, imágenes de consumo (bebidas y alimentos), así como la fotografía de moda y la fotografía utilizada para catálogo on line o para un stock digital. Además de que la imagen publicitaria sea aplicada como soporte para campañas publicitarias, catálogos de modas y bodegones publicitarios a través del lenguaje visual, su semántica y semiótica y como estos parámetros se vinculan con la publicidad y la forma que expresan mensajes publicitarios. La materia de fotografía publicitaria y conceptual se divide en 4 elementos de competenecia, los mismos que capacitan tecnicamente a los estudiantes en los diferentes campos de fotografía publicitaria y conceptual: Unidad I: Lenguaje Visual Publicitario y Bodegones Publicitarios, Unidad II: Fotografía Publicitaria de Consumo, Unidad III: Fotografía de Moda, Unidad IV: Fotografía publicitaria y conceptual aplicada a catálogos online y stock de imágenes. La metología que se utiliza en este módulo se base en el ABP (Aprendizaje Basado en Problemas), Aula Invertida y Design Thinking. Todas estas herramientas distribuidas en actividades sincrónicas y asincrónicas, por medio de ejercicios prácticos, el análisis de trabajos finales y la utilización de materiales que tienen en su hogar y en el taller e fotografía. El desarrollo de las clases serán a partir del estudio de casos, el aprendizaje colaborativo presencial y virtual a través de prácticas controladas en el sus hogares, en exteriores y en el taller de fotografía. El estudiante desarrollara conocimiento en la industria fotográfica y la publicidad, abarcando desde maquillaje de productos, alimentos y editorial de moda, aprendiendo las diferentes técnicas para la elaboración de la toma perfecta, así como las técnicas para captar ciertos productos y destacar sus cualidades. El entorno de trabajo de este módulo se basará en el desarrollo de las clases que parten del estudio de casos reales que existen en nuestro entorno, un aprendizaje colaborativo y prácticas controladas en el taller de fotografía y en exteriores. El estudiante integra la fotografía al campo publicitario con criterios de funcionalidad y estética, adaptándola a los intereses comerciales de una empresa, producto o servicio, aportando a su perfil profesional el conocimiento y pra?ctica de la fotografi?a publicitaria al campo promocional, en apoyo a campañas o productos de marketing.

**Objetivo general de la asignatura** Integrar la fotografía al campo publicitario con criterios de funcionalidad y estética, adaptándola a los intereses comerciales de una empresa, producto o servicio.

**Objetivos específicos de la asignatura**

1.-Comprender los conceptos básicos de la fotografía conceptual y publicitaria para crear un bodegón manejando un mensaje comercial o conceptual.

2.-Construir fotografías de comida a través de la composición de alimentos y líquidos para ser aplicada en un brochure o carta

3.-Aplicar la fotografía en un editorial de moda para la promoción de trajes y colecciones.

4.-Generar un banco de imágenes publicitarias en base a conceptos claros de venta y promoción para difundir por redes sociales y e-commerce

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

## IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

| **U.1** | Comprender los conceptos básicos de la fotografía conceptual y publicitaria para crear un bodegón manejando un mensaje comercial o conceptual. | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Unidades temáticas** | **Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente** | **Componente de aprendizaje práctico experimental.** | **Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad** | **Instrumentos de evaluación** |
| **1.1.-** Lenguaje Visual Publicitario y Bodegones Publicitarios | 12 | 20 | 4 | Trabajos o tareas realizadas fuera de clases<br>Trabajos y ejercicios en clases<br>Pruebas escritas de la unidad |
| **SUBTOTAL HORAS** | 12 | 20 | 4 | **TOTAL HORAS:** 36 |

| |
|---|
| **Resultados de aprendizaje:** El estudiante comprende los conceptos básicos de la fotografía conceptual y publicitaria creando un bodegón publicitario manejando un mensaje comercial. |
| **Metodología de enseñanza :** Aprendizaje Basado en Proyectos |
| **Estrategias educativas :** Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales |
| **Recursos didácticos :** Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula virtual, presentaciones interactivas, videos tutoriales, taller de fotografía |
| **Habilidades Blandas :** Trabajo en equipo |

## IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

| **U.2** | Construir fotografías de comida a través de la composición de alimentos y líquidos para ser aplicada en un brochure o carta | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Unidades temáticas** | **Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente** | **Componente de aprendizaje práctico experimental.** | **Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad** | **Instrumentos de evaluación** |
| **2.1.-** Fotografía Publicitaria de Consumo | 12 | 20 | 4 | Trabajos o tareas realizadas fuera de clases<br>Trabajos y ejercicios en clases<br>Pruebas escritas de la unidad |
| **SUBTOTAL HORAS** | 12 | 20 | 4 | **TOTAL HORAS:** 36 |

| |
|---|
| **Resultados de aprendizaje:** El estudiante diseña una composición fotográfica de comida utilizando la imagen de alimentos y líquidos para estimular la adquisición del producto |
| **Metodología de enseñanza :** Aprendizaje Basado en Proyectos |
| **Estrategias educativas :** Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales |
| **Recursos didácticos :** Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula virtual, presentaciones interactivas, videos tutoriales, taller de fotografía |
| **Habilidades Blandas :** Trabajo en equipo |

## IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

| **U.3** | Aplicar la fotografía en un editorial de moda para la promoción de trajes y colecciones. | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Unidades temáticas** | **Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente** | **Componente de aprendizaje práctico experimental.** | **Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad** | **Instrumentos de evaluación** |
| **3.1.-** Fotografía de Moda | 12 | 20 | 4 | Trabajos o tareas realizadas fuera de clases<br>Trabajos y ejercicios en clases<br>Pruebas escritas de la unidad |
| **SUBTOTAL HORAS** | 12 | 20 | 4 | **TOTAL HORAS:** 36 |

| |
|---|
| **Resultados de aprendizaje:** El estudiante describe la fotografía de moda y la aplica en un editorial de moda desarrollado en locaciones exteriores e interiores. |
| **Metodología de enseñanza :** Aprendizaje Basado en Proyectos |
| **Estrategias educativas :** Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales |
| **Recursos didácticos :** Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula virtual, presentaciones interactivas, videos tutoriales, taller de fotografía |
| **Habilidades Blandas :** Trabajo en equipo |

## IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

| **U.4** | Generar un banco de imágenes publicitarias en base a conceptos claros de venta y promoción para difundir por redes sociales y e- commerce | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Unidades temáticas** | **Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente** | **Componente de aprendizaje práctico experimental.** | **Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad** | **Instrumentos de evaluación** |
| **4.1.-** Fotografía publicitaria y conceptual aplicada a catálogos online y stock de imágenes | 12 | 20 | 4 | Trabajos o tareas realizadas fuera de clases<br>Trabajos y ejercicios en clases<br>Pruebas escritas de la unidad |
| **SUBTOTAL HORAS** | 12 | 20 | 4 | **TOTAL HORAS:** 36 |

| |
|---|
| **Resultados de aprendizaje:** El estudiante genera un banco de imágenes publicitarias en base a conceptos claros de promoción para difundir por redes sociales y e-commerce |
| **Metodología de enseñanza :** Aprendizaje Basado en Proyectos |
| **Estrategias educativas :** Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales |
| **Recursos didácticos :** Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: aula virtual, presentaciones interactivas, videos tutoriales, taller de fotografía |
| **Habilidades Blandas :** Trabajo en equipo |

**V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)**

La asignatura se llevara a cabo en los siguientes ambientes: - Real: Se realizara la pra?ctica de fotografi?as conceptuales y publicitarias, a trave?s de la participacio?n en tiempo real en el taller de fotografÃa o el aula, con la integracio?n del estudiante y su entorno real y del taller, buscando problemas publicitarios a resolver. - Virtual: El estudiante debera revisar la plataforma virtual para entender los para?metros que se solicitan para la realizacio?n del deber fotogra?fico y a su vez subir todas las tareas en tiempo sincrÃ³nico y asincrÃ³nico, tambiÃ©n se utilizara las videoconferencias y la interacciÃ³n con el estudiante.

*Aprobado*

**VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN**

| Objetivos específicos | Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos) | Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas ) | Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas) |
|---|---|---|---|
| 1.- Comprender los conceptos básicos de la fotografía conceptual y publicitaria para crear un bodegón manejando un mensaje comercial o conceptual. | Preguntas de sondeo sobre la Unidad | RÚBRICA | Portafolio fotografico |
| 2.- Construir fotografías de comida a través de la composición de alimentos y líquidos para ser aplicada en un brochure o carta | Preguntas de sondeo sobre la Unidad | RÚBRICA | Portafolio fotográfico |
| 3.- Aplicar la fotografía en un editorial de moda para la promoción de trajes y colecciones. | Preguntas de sondeo sobre la Unidad | RÚBRICA | Portafolio fotográfico - editorial de moda |
| 4.- Generar un banco de imágenes publicitarias en base a conceptos claros de venta y promoción para difundir por redes sociales y e-commerce | Preguntas de sondeo sobre la Unidad | RÚBRICA | Portafolio fotográfico |

## VII BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais o Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Präkel, David | 2013 | Principios de fotografía creativa aplicada | 1 | Gustavo Gili | España Barcelona | 1 | 209 | Virtual |
| **Código/Ubicación base de datos:** | | | | | | | | |
| **Comentario:** | Libro Clásico: U2 - U3 - U4: El Brief y el flujo de trabajo pag 136 - 190 U.4: Lo derechos de imagen pag 152-161. Es una bibliografáa contemporánea | | | | | | | |
| **URL:** | https://0x102pwo7-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/45487 | | | | | | | |

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais o Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Vértice, Publicaciones | 2008 | Tratamiento de la fotografía digital | 1 | Publicaciones Vértice | España Málaga | 1 | 116 | Virtual |
| **Código/Ubicación base de datos:** | | | | | | | | |
| **Comentario:** | Bibliografía clásica. U2:La fotografía conceptualizada - U3:Producción fotográfica de moda pag 1 -102/U4: Aplicación en medios digitales pag 1-17. | | | | | | | |
| **URL:** | https://0x102pwo7-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/59419 | | | | | | | |

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais o Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Díaz Bourgeot, Eduardo | 2018 | Fotografía publicitaria: | 1a edición | Anaya | Madrid | 1 | 270 páginas | Físico |
| **Código/Ubicación base de datos:** | BDA01091 | | | | | | | |
| **Comentario:** | Libro Contemporaneo. Unidad 01: Conceptualizaciones pag 24. Unidad 01 - Bodegon: pag 45 - 59. | | | | | | | |
| **URL:** | | | | | | | | |

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais o Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Carmona, Raquel | 2018 | Foodie: | 1a edición | Anaya | Madrid | 1 | 268 páginas | Físico |
| **Código/Ubicación base de datos:** | BDA01181 | | | | | | | |
| **Comentario:** | Libro Contemporaneo. U2 Fotografia de Alimentos. Food styling o estilismo culinario. | | | | | | | |
| **URL:** | | | | | | | | |

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais/Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Mcassey, Jacqueline | 2013 | Estilismo de moda | 1 | Editorial Gustavo Gili | España Barcelona | 1 | 201 | Virtual |
| **Código/Ubicación base de datos:** | | | | | | | | |
| **Comentario:** | Bibliografía clásica. U3:Elementos y conceptos de la fotografía de moda pag 64/U3:La fotografía de moda pag 8. | | | | | | | |
| **URL:** | https://0x102pwo7-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/45483 | | | | | | | |

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais/Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Erickson, B. F. | 2010 | La Publicidad | 1 | Firmas Press | Estados Unidos Miami | 1 | 191 | Virtual |
| **Código/Ubicación base de datos:** | | | | | | | | |
| **Comentario:** | Bibliografía clásica.La imagen, El arte publicitario. pag 57-83 U1, U2. | | | | | | | |
| **URL:** | https://0x102pwo7-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/36392 | | | | | | | |

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais/Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Foncillas, Pablo; SanMiguel, Patricia; Sádaba, Teresa | 2015 | Moda en el entorno digital | 1 | EUNSA | España BARAÑAIN | 1 | 193 | Virtual |
| **Código/Ubicación base de datos:** | | | | | | | | |
| **Comentario:** | Bibliografia clásica. Aprendiendo a bailar con el e-commerce pag 19 - 37. U4 imágenes para e-commerce | | | | | | | |
| **URL:** | https://0x102pwo7-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/47211 | | | | | | | |

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais/Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Scott; Grant | 2017 | Guía esencial del estudiante de fotografía profesional | 1a edición | Gustavo Gili | España Barcelona | 1 | 182 páginas | Físico |
| **Código/Ubicación base de datos:** | BDA00904 | | | | | | | |
| **Comentario:** | Libro Contemporáneo. U1-U2-U3. Fotógrafo de alimentos y bodegones. Pag 88-133. Es una bibliografía contemporánea. | | | | | | | |
| **URL:** | | | | | | | | |