

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой связей с общественностью,
рекламы и дизайна
факультета журналистики
д.ф.н., проф. Тулупов В.В.
17.04.2025г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

ОП 07 Основы фотографии

Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом

42.02.01 Специалист по рекламе

Код и наименование специальности

гуманитарный

*Профиль подготовки (технический, естественнонаучный, социально-экономический,
гуманитарный)*

специалист по рекламе

Квалификация выпускника

очная

Форма обучения

Учебный год: 2026-2027

Семестр(ы): 4

Рекомендована: НМС факультета журналистики протокол от 17.04.2025 г. № 7

Составитель программы:

преп. Е.А. Чаплыгина

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы фотографии

название дисциплины

Программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама", входящей в укрупненную группу специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: ОПЦ. Общепрофессиональный цикл

указать принадлежность дисциплины к учебному циклу

1.3. Цели и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- создавать и обрабатывать фотографии;
- разрабатывать ключевые вербальные и визуальные сообщения;
- работать с основными рекламными носителями;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- основы фотосъемки;
- основы обработки изображения для рекламного сообщения;
- принципы создания ключевых вербальных и визуальных сообщений;
- основные рекламные носители и их особенности;
- принципы дизайна и верстки;

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение обучающимся профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ПК 4.1, ПК 4.2., ПК 4.3

Код компетенции	Содержательная часть компетенции
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной

	кампании.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 43 часа, в том числе:

- аудиторной учебной работы обучающегося (обязательных учебных занятий) 38 часов;
- внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы обучающегося 5 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	43
Аудиторная учебная работа (обязательные учебные занятия) (всего)	38
в том числе:	
лабораторные занятия <i>(если предусмотрено)</i>	38
практические занятия <i>(если предусмотрено)</i>	0
контрольные работы <i>(если предусмотрено)</i>	0
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i>	0
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающегося (всего)	0
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) <i>(если предусмотрено)</i>	5
<i>Указываются другие виды самостоятельной работы при их наличии</i>	0
Итоговая аттестация в форме зачет с оценкой	

Во всех ячейках со звездочкой () следует указать объем часов.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины _____ **ОСНОВЫ ФОТОГРАФИИ** _____

Наименование дисциплины как в Учебном плане

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрены)</i>	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
РАЗДЕЛ 1	История рекламной фотографии	4		
Тема 1.1	Содержание учебного материала	2	1	
	1 История фотографии, как вида искусства 1. Роль и место дисциплины в системе среднего профессионального образования. 2. Общие исторические сведения о развитии фотографии. 3. Камера-обскура. 4. История западной фотографии 5. История отечественной фотографии			
	Лабораторные работы			*
	Практические занятия			*
	Контрольные работы			*
Самостоятельная работа обучающихся	*			
Тема 1.2	Содержание учебного материала	2	1	
	1 История рекламной фотографии 1. Категориальный аппарат теории фоторекламы. 2. Общие исторические сведения 3. Фотография и бизнес. 4. История развития рекламной фотографии 5. Западный опыт фоторекламы. 6. Особенности отечественной школы фоторекламы			
	Лабораторные работы			*
	Практические занятия			*
	Контрольные работы			*
Самостоятельная работа обучающихся	*			
РАЗДЕЛ 2	Этика и право в фотографии	2		
Тема 2.1	Содержание учебного материала	2	2	
	1 Право и фотография. 1. Фотография как объект правовых отношений. 2. Авторское право на фотографию, как объект интеллектуальной собственности. 3. Правовое регулирование деятельности фотографа.			
	Лабораторные работы			*
	Практические занятия			*
	Контрольные работы			*
Самостоятельная работа обучающихся	*			
РАЗДЕЛ 3	Устройство фотоаппарата и технический арсенал фотографа	20		
Тема 3.1	Содержание учебного материала	4	2	
	1 Устройство цифрового фотоаппарата. 1. Типы фотоаппаратов и специфика работы с различными типами фотокамер. 2. Преимущества и недостатки различных фотоаппаратов.			

	3. Формирование изображения в современных фотоаппаратах.			
		Лабораторные работы	*	
		Практические занятия	*	
		Контрольные работы	*	
		Самостоятельная работа обучающихся	*	
Тема 3.2	Содержание учебного материала		5	2
	2	Экспозиция. Основополагающие технические параметры фотосъемки. 1. Понятие экспозиции снимка. 2. Выдержка, скорость срабатывания затвора. 3. Диафрагма, относительное отверстие объектива. 4. Светочувствительность.		
		Лабораторные работы	*	
		Практические занятия	*	
		Контрольные работы	*	
		Самостоятельная работа обучающихся	*	
Тема 3.3	Содержание учебного материала		4	2
	3	Режимы фотосъемки. 1. Автоматические, полуавтоматические и механический режимы фотосъемки.		
		Лабораторные работы	*	
		Практические занятия	*	
		Контрольные работы	*	
		Самостоятельная работа обучающихся	*	
Тема 3.4	Содержание учебного материала		7	2
	4	Техническое оснащение как составляющая успеха рекламного фотографа. 1. Фокусное расстояние и ГРИП. 2. Фотообъективы, их характеристики и особенности использования. 3. Светофильтры и насадки на объективы. 4. Оборудование для фотостудии.		
		Лабораторные работы	*	
		Практические занятия	*	
		Контрольные работы	*	
		Самостоятельная работа обучающихся	*	
РАЗДЕЛ 4	Обработка фотографии		12	
Тема 4.1	Содержание учебного материала		6	2
	5	Photoshop как основной инструмент в руках рекламного фотографа 1. Профиль устройства. 2. Цветовые модели, цветodelение и цветовосприятие. 3. Световая и тоновая коррекции. 4. Инструменты ретуши. 5. Художественные фильтры.		
		Лабораторные работы	*	
		Практические занятия	*	
		Контрольные работы	*	
		Самостоятельная работа обучающихся	*	
Тема 4.2	Содержание учебного материала		6	3
	5	Подготовка рекламной фотографии к публикации. 1. Разрешение и размер снимка. 2. Публикация рекламного снимка в сети Интернет.		

	3. Журнальная фотореклама.		
	4. Подготовка снимка для наружных носителей.		
	Лабораторные работы	*	
	Практические занятия	*	
	Контрольные работы	*	
	Самостоятельная работа обучающихся	*	
	Тематика курсовой работы (проекта) <i>(если предусмотрены)</i>	*	
	Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом) <i>(если предусмотрены)</i>	5	
	Всего:	43	

*Внутри каждого раздела указываются соответствующие темы. По каждой теме описывается содержание учебного материала (в дидактических единицах), наименования необходимых лабораторных работ и практических занятий (отдельно по каждому виду), контрольных работ, а также тематика самостоятельной работы. Если предусмотрены курсовые работы (проекты) по дисциплине, описывается их тематика. Объем часов определяется по каждой позиции столбца 3 (отмечено звездочкой *). Уровень освоения проставляется напротив дидактических единиц в столбце 4 (отмечено двумя звездочками **).*

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств *(Индивидуально дополняется составителем)*);

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством *(Индивидуально дополняется составителем)*)

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач *(Индивидуально дополняется составителем)*)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета гуманитарных и социально-экономических дисциплин; *(наименование кабинета взять из ФГОС СПО п. 7.17 Перечень кабинетов, лабораторий, мастерских и других помещений)* мастерских - студии технического творчества; лабораторий - информатики и информационно-коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета:

Каждый обучающийся должен быть обеспечен рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Каждое рабочее место должно быть обеспечено необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Технические средства обучения:

- 1) столы;
- 2) стулья;
- 3) персональные компьютеры,
- 4) видеопроектор;
- 5) экран;
- 6) доска магнитно-маркерная;
- 7) принтеры;
- 8) сканеры;
- 9) средства затемнения на окна;

Оборудование мастерской и рабочих мест мастерской:

- 1) цифровые фотокамеры;
- 2) штативы;
- 3) стойки;
- 4) осветительное оборудование: источники постоянного и импульсного света;
- 5) фоны бумажные;
- 6) фоны тканевые;

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории:

- 1) лицензионные программы (графические и векторные редакторы) для обработки изображения и верстки макетов;
- 2) стабильное подключение к сети Интернет;
- 3) плакаты и наглядные пособия по теме дисциплины;

Приводится перечень средств обучения, включая тренажеры, модели, макеты, оборудование, технические средства, в т. ч. аудиовизуальные, компьютерные и телекоммуникационные и т. п. (Количество не указывается).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Дегтярев А.Р. Фотокомпозиция. Средства. Формы. Приемы: Учебное пособие - Издательство: Гранд-Фаир, 2009. -
2. Лапин А.А. Фотография как... - М., 2004. - 165с.
3. Пожарская С.Г. Фотомастер. – М., 2001. - 187 с.
4. Теория и практика рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / под ред. В. В. Тулупова ; Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2022. – 364 с.
5. Тулупов В. В. Реклама и связи с общественностью: теория и практика. Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015 — 372 с. (в соавторстве).
6. Рудаков Д. Е. Алая книга цифровой фотографии. – СПб. Питер, 2010. – 128 с.: ил.
7. Рудаков Д. Е. Оранжевая книга цифровой фотографии. – СПб. Питер, 2010. – 200 с.: ил.

Дополнительные источники:

8. Официальный сайт Союза фотохудожников России - <http://www.photounion.ru/news.php>
9. Официальный сайт Музейно-выставочного центра РОСФОТО - <https://rosphoto.org>
10. Официальный сайт Института профессиональной и любительской фотографии - <https://mipap.ru/>

Информационные электронно-образовательные ресурсы:

После каждого наименования печатного издания обязательно указываются издательство и год издания (в соответствии с ГОСТом).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Критерием оценки освоения дисциплины является Контрольно-измерительный материал, т.к. по дисциплине «Основы фотографии» предусмотрен дифференцированный зачет.

Дифференцированный зачет по дисциплине может быть выставлен студенту, освоившему дисциплину в процессе посещения лекций курса, выполнения практических заданий и лабораторных работ, контрольных работ, которые выполнены на положительные оценки, а также за успешное выполнение обучающимися индивидуальных заданий в ходе осуществления самостоятельной работы по итогам проведенного текущего контроля по всем разделам курса.

Отлично

Выставляется, если студент умеет:

- создавать фотографии в рекламных целях;
 - качественно обрабатывать фотоизображения в фоторедакторе;
 - разрабатывать ключевые вербальные и визуальные сообщения;
 - работать с рекламными носителями;
- а также знает:
- принципы фотосъемки;
 - устройство, принципы работы и технические возможности цифровой фотокамеры;
 - принципы создания ключевых вербальных и визуальных сообщений;
 - методы разработки креативных решений и творческих материалов;
 - основные рекламные носители и их особенности;
 - принципы дизайна и верстки;
 - основы психологии восприятия рекламы.

Хорошо

Выставляется, если студент умеет:

- создавать фотографии в рекламных целях;
 - обрабатывать фотоизображения в фоторедакторе;
 - разрабатывать ключевые вербальные и визуальные сообщения;
 - работать с основными рекламными носителями;
- а также знает:
- основы фотосъемки;
 - устройство цифровой фотокамеры;
 - принципы создания ключевых вербальных и визуальных сообщений;
 - основные рекламные носители и их особенности;
 - принципы дизайна и верстки;
 - основы психологии восприятия рекламы.

Удовлетворительно

Выставляется, если студент умеет:

- создавать фотографии в рекламных целях;
 - обрабатывать фотоизображения в фоторедакторе;
- а также знает:
- базовые принципы работы цифровой фотокамеры;
 - основы обработки фотоизображения в фоторедакторе;
 - основы психологии восприятия фотоизображения.

Неудовлетворительно

Выставляется, если студент не умеет:

- создавать фотографии в рекламных целях;
 - обрабатывать фотоизображения в фоторедакторе;
- а также не знает:

- базовых принципов работы цифровой фотокамеры;
- основ обработки фотоизображения в фоторедакторе;
- основ психологии восприятия фотоизображения.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата
<p>Обучающийся должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать и обрабатывать фотографии в рекламных целях; - разрабатывать ключевые вербальные и визуальные сообщения; - создавать креативные решения и творческие материалы; - работать с основными рекламными носителями; - работать с клиентами и понимать их потребности; <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы фотосъемки. - обработки изображений и монтажа; - принципы создания ключевых вербальных и визуальных сообщений; - методы разработки креативных решений и творческих материалов; - основные рекламные носители и их особенности; - принципы дизайна и верстки; - основы психологии восприятия рекламы. 	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создает и обрабатывает фотографии в рекламных целях; - разрабатывает ключевые вербальные и визуальные сообщения; - создает креативные решения и творческие материалы; - умеет работать с основными рекламными носителями; - умеет работать с клиентами и понимать их потребности; <p>Обучающийся знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы фотосъемки; - основы обработки изображений и монтажа; - принципы создания ключевых вербальных и визуальных сообщений; - методы разработки креативных решений и творческих материалов; - основные рекламные носители и их особенности; - принципы дизайна и верстки; - основы психологии восприятия рекламы.

Результаты обучения (освоенные ОК и ПК)	Основные показатели оценки результата
<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p>	<p>Умение выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p>
<p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>	<p>Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации, информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	Планирование и реализация собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере, использование знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	Способность разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	Способность разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	Разрабатывать и размещать рекламный контент для продвижения торговой марки / бренда / организации в сети Интернет.

Результаты переносятся из паспорта программы. Показатель представляет собой описание действий, отражающих работу с информацией, выполнение различных мыслительных операций: воспроизведение, понимание, анализ, сравнение, оценка, а также требования к выполнению отдельных действий и/или операций. Целесообразно проверять знания в комплексе с соответствующими им умениями и компетенциями, формулируя и единые показатели к ним.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Специальность _____ 42.02.01 Специалист по рекламе _____

шифр и наименование специальности

Дисциплина _____ ОП 07 Основы фотографии _____

код и наименование дисциплины

Профиль подготовки _____

в соответствии с Учебным планом

Форма обучения _____ очная _____

Учебный год _____

Ответственный составитель

_____ ._. 20__

должность, подразделение

подпись

расшифровка подписи

Составители

_____ ._. 20__

должность, подразделение

подпись

расшифровка подписи

_____ ._. 20__

должность, подразделение

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО

Куратор ОПОП СПО

по специальности _____ ._. 20__

подпись

расшифровка подписи

Зав. отделом обслуживания ЗНБ _____ ._. 20__

подпись

расшифровка подписи

РЕКОМЕНДОВАНА НМС _____

(наименование факультета, структурного подразделения)

протокол от _____.20__ № _____