



ESCUELA UNIVERSITARIA
DE ARTES @ taiarts.com
RECOLETOS-22 MADRID



Universidad
Rey Juan Carlos

Fotografía publicitaria

GUÍA DOCENTE

GRADO EN FOTOGRAFÍA Y CREACIÓN AUDIOVISUAL
Curso 2025/2026

Identificación de la asignatura

<i>Periodo de impartición</i>	Anual
<i>Créditos</i>	9 ECTS
<i>Modalidad</i>	Presencial
<i>Idioma en el que se imparte</i>	Castellano
<i>Facultad</i>	Facultad de Artes Visuales y Creación Digital
<i>Docente</i>	Ale Megale; Andrea Villamizar

Presentación de la asignatura

Inmersión en el género publicitario, referentes históricos y su evolución dentro de la industria fotográfica: valores implícitos y los medios fotográficos en términos técnicos y de producción necesarios para su obtención. Traducción a imagen de briefings y campos conceptuales para lograr la resolución de principio a fin de un proyecto de encargo profesional del ámbito publicitario.

Competencias

CG03	Aplicar los métodos de trabajo más apropiados para superar los retos que se presentan en el estudio y en la práctica fotográfica individual y/o colectiva, buscando la excelencia y la calidad.
CG04	Conocer los recursos tecnológicos propios de la disciplina y sus aplicaciones en la creación visual, asimilando las innovaciones que se produzcan.
CG08	Comunicar de forma escrita y verbal el contenido y los objetivos de su actividad profesional tanto a un público profesional como especializado, haciendo un uso adecuado de los vocabularios técnicos y generales, tanto en castellano como en otra lengua extranjera.
CE01	Adquirir una visión global y crítica de la historia del arte y de la fotografía, su relación con la cultura visual, y las tendencias actuales más influyentes.
CE02	Dominar los fundamentos del lenguaje de las imágenes, identificando sus funciones expresivas y comunicativas y utilizándolas en la propia creación fotográfica y audiovisual.
CE03	Adquirir y aplicar habilidades para la narrativa fotográfica y audiovisual a partir de ideas y conceptos previos.
CE07	Asimilar los fundamentos técnicos y códigos estéticos específicos de diferentes géneros y aplicarlos en su creación fotográfica y audiovisual.
CE011	Adquirir una visión global de la situación actual de la industria fotográfica y su relación con las industrias culturales.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso, cada estudiante deberá ser capaz de:

1. Describir e interpretar el proceso de construcción de la idea y la práctica en fotografía publicitaria y sus implicaciones ideológico-conceptuales.

2. Diferenciar y asociar los autores y movimientos clave en la producción en fotografía publicitaria desde sus orígenes, con especial atención a la actualidad.
3. Reconocer y aplicar diferentes retóricas visuales vinculadas a la fotografía publicitaria.
4. Diferenciar agentes y flujos del mercado de la fotografía publicitaria.
5. Asociar la fotografía publicitaria con los diferentes géneros y subgéneros fotográficos y con otras disciplinas del arte y la comunicación.
6. Argumentar, en un statement y mediante un lenguaje adecuado, la retórica visual de series y proyectos fotográficos en fotografía en fotografía publicitaria y sus implicaciones conceptuales.

Metodología docente

MD1	Lección magistral participativa.
MD2	Estudio de casos y debate.
MD5	Aprendizaje cooperativo y colaborativo.
MD6	Tutorización y seguimiento.

Contenidos

<i>Temario</i>	<p>BLOQUE I: MAPA HISTÓRICO-CONCEPTUAL</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mapa de situación: Capitalismo, sociedad de mercado, medios de comunicación y retóricas publicitarias, desde sus orígenes hasta la actualidad. 2. Fotografía publicitaria: autores, retóricas visuales e implicaciones conceptuales desde sus orígenes hasta la actualidad. 3. La fotografía publicitaria actual: autores, retóricas visuales e implicaciones conceptuales desde sus orígenes hasta la actualidad. 4. El mercado de la fotografía publicitaria: la agencia, el cliente, lógicas de trabajo, la campaña. <p>BLOQUE II: FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Tecnologías de la fotografía publicitaria. 6. Flujos de trabajo en fotografía publicitaria. 7. Retórica visual de la fotografía publicitaria: ejercicios de retórica. 8. La campaña publicitaria. 9. Otras fotografías publicitarias: e-commerce, bancos de imagen. 10. Soft Skills: Gestión de expectativas y éxito. Manejo del estrés. Marca personal. Habilidades comunicativas e interpersonales II.
----------------	---

Actividades formativas

AF1	Clases teóricas y teórico-prácticas.	22 horas
AF2	Ejercicios y prácticas en el aula/laboratorio.	47 horas

AF4	Actividades de apreciación artística: asistencia a seminarios, visitas a exposiciones o visionado de obras visuales/audiovisuales.	12 horas
AF5	Actividades de investigación: búsqueda y selección de documentación, lectura de material de apoyo y referencias bibliográficas y visuales.	40 horas
AF6	Tutorías académicas.	3 horas
AF7	Evaluación.	6 horas
AF8	Trabajo autónomo de estudio de los contenidos teóricos y elaboración autónoma de trabajos y actividades prácticas.	140 horas

* La distribución de horas entre las actividades formativas puede sufrir cambios debido a necesidades académicas del curso, del grupo y/o del equipo docente.

Evaluación

CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN

ASISTENCIA

Las clases son de carácter presencial y su asistencia es obligatoria, siendo esta determinante en el sistema de evaluación continua, y en la actitud y la participación en clase. No obstante, por situaciones excepcionales de salud o de conciliación familiar, el alumnado podrá solicitar el acceso online por adaptación metodológica (para más información contactar con el departamento de estudiantes).

CALIFICACIÓN

El sistema de evaluación continua valora de forma integral los resultados obtenidos por el/la estudiante a través de los procedimientos de evaluación recogidos en el siguiente apartado, de acuerdo con la calificación de 0 a 10 según la legislación vigente.

Si la/el estudiante desea intentar subir nota en convocatoria extraordinaria, deberá renunciar previamente en Secretaría Académica, por escrito, a todas las calificaciones obtenidas en convocatoria ordinaria. Su calificación final será la obtenida en convocatoria extraordinaria.

ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN

La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión escrita. En los exámenes no se admitirán más de 2 faltas de ortografía o 10 tildes (omitidas o mal colocadas). Los trabajos realizados fuera de clase no podrán contener más de 1 falta.

TRABAJOS UNIVERSITARIOS

Todos tendrán portada, índice y bibliografía con, al menos, 4 fuentes. Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. Si un/una estudiante copia el trabajo de otro/a, ambas personas se considerarán responsables.

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

EVALUACIÓN ORDINARIA

El equipo docente indicará, mediante explicación en clase o documento adicional a disposición del alumnado a través del Aula Virtual, detalles o especificaciones de contenido o entrega de las pruebas de evaluación.

Los trabajos que no se entreguen/presenten en los plazos establecidos por el equipo docente serán calificados con una nota de 0.

<i>Pruebas (*)</i>	<i>Reevaluable/no reevaluable</i>	<i>Nota mínima si/no</i>	<i>Ponderación en %</i>
SE2 Valoración de trabajos y proyectos.	SI	NO	50%
SE3 Evaluación continua: tareas y deberes semanales, informes periódicos, resolución de problemas.	SI	NO	30%
SE5 Actitud y participación.	NO	NO	20%
			100%

(*) De todas las pruebas aquí expuestas se tienen que recoger evidencias y entregarlas para archivo en la Secretaría Académica (escritos, grabaciones...).

TODAS LAS CREACIONES, TANTO FOTOGRÁFICAS COMO AUDIOVISUALES, DEBEN SER ORIGINALES DEL ALUMNADO, NO SE ADMITIRÁN TRABAJOS DE APROPIACIÓN EN LOS QUE ÉSTA SUPONGA MÁS DEL 25% DEL TOTAL DE PIEZAS PRESENTADAS

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Los/las estudiantes que no superen la asignatura en el semestre en que se imparte dispondrán de una convocatoria extraordinaria para su superación, excepto en aquellos supuestos en los que no resulte posible por las características especiales de la asignatura.

La/el estudiante realizará o entregará las pruebas de evaluación que el equipo docente estime oportunas y de las que habrá sido informado previamente. El equipo docente se reserva el derecho a decidir si se mantienen las calificaciones de Sistemas de Evaluación en que el/la estudiante haya obtenido una calificación superior a 5 a lo largo del curso académico.

REVISIÓN DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Conforme al procedimiento de reclamación de exámenes recogido en la Normativa del Alumnado de TAI.

Recursos didácticos

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Casajús, C. (1993). *Historia de la fotografía de Moda*. Universidad Complutense de Madrid.
- Costa, J. (1977). *El lenguaje fotográfico*. Ibérico Europea de Ediciones.
- Eguizábal, R. (2006). *Fotografía publicitaria*. Cátedra.
- Entwistle, J. (2000). *El cuerpo y la moda*. Paidós.
- Herschdorfer, N. (2010). *Belleza moderna en papel satinado: la fotografía de moda y la refinación del cuerpo*. Joyas del artista.
- Keaney, M. (2007). *Fashion&Advertising: the world's top photographers workshops*. RotoVision.
- Lieberman, A. (1992). *On the edge, Images from 100 Years of Vogue*. Random House.
- López, P. (2001). *Historia de la fotografía en España*. Lunweg.
- Marcos Molano, M. M. (1996). *Estética de la fotografía publicitaria en España: 1975-1995*. Universidad Complutense de Madrid.
- Marzal, J. (2008). *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Cátedra.
- Pijoan, J. (2001). *La fotografía en España: de los orígenes al siglo XXI*. Espasa Libros.
- Sougez, M. L. (2007). *Historia general de la fotografía*. Cátedra.
- Vilaró, A. (2011). El eco de la fotografía de Barthes. La nueva cámara lúcida: Notas sobre el cine digital. *Comunicación y Sociedad*, 24(1), 247-268.
- White, M. (2013). El ojo y la mente de la cámara. En J. Fontcuberta (Ed.). *Estética fotográfica* (pp. 237-244). Gustavo Gili.

MATERIAL DEL ALUMNO NECESARIO PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Herramientas de trabajo para manualidades: Tijeras, cutter, cinta doble cara, cinta de carrocero, cinta de cámara, abrecartas, pera de aire y cepillo, regla de metal, cartulinas, papel japonés, hilo de pescar, blue tack, etc.

VISITAS, MÁSTER CLASSES, EVENTOS O TALLERES ADICIONALES