



AKADEMIA SZTUK PIĘKNYCH
IM. EUGENIUSZA GEPPERTA
WE WROCŁAWIU

| Nazwa przedmiotu | | Fotografia użytkowa i dokumentacyjna | |
|---|---|--------------------------------------|--|
| Jednostka prowadząca | Wydział Grafiki i Sztuki Mediów | | |
| Profil studiów | ogólnoakademicki | | |
| Kierunek | Grafika | | |
| Poziom kwalifikacji | Poziom 7 | | |
| Forma studiów | stacjonarne | | |
| Rok studiów / semestr | jednolite mgr 2 rok, 3 sem | | |
| wymiar zajęć (liczba godzin kontaktowych) semestr | 30 | | |
| wymiar zajęć (liczba godzin kontaktowych) tydzień | 2 | | |
| liczba godzin samodzielnej pracy studenta | 30 | | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | | |
| Rodzaj zajęć | Wykład i prezentacja dokonań uznanych autorów fotografii, realizacja ćwiczeń - zadań tematycznych | | |
| Prowadzący | dr hab. Piotr Komorowski | | |
| Cel zajęć | Celem zajęć jest wykształcenie umiejętności umożliwiających skuteczne wykonywanie wszelkich rejestracji fotograficznych o charakterze użytkowym w szerokim ujęciu: od reprodukcji oryginałów płaskich, dokumentacji przedmiotów, aż po wyrafinowane prace z obszaru ilustracji, reklamy, szeroko pojętej promocji, także prace dekoracyjne. | | |
| Wymagania wstępne | Podstawowe umiejętności związane z techniką i technologią fotografii cyfrowej uzyskane podczas I roku studiów | | |
| Efekty uczenia się: | | Kod efektów modułowych | Odniesienie do efektów kształcenia na kierunku |
| - <i>wiedza</i> | Studenci są zaznajomieni ze specyfiką fotografii użytkowej jako wiodącego narzędzia komunikacji społecznej w obszarze kultury, gospodarki, reklamy sensu stricte oraz reklamy społecznej. | W_73 | K_W18 |
| - <i>umiejętności</i> | Studenci opanowali podstawy pracy studyjnej związanej z dokumentacją fotograficzną, potrafią też posługiwać się językiem symbolicznym fotografii w procesach kreacji komunikatów reklamowych, promocyjnych, popularyzatorskich itp., gdzie narracja | U_37 | K_U19, K_U20 |

| | | | |
|--------------------------------|--|------|-------|
| | fotograficzna stanowi rolę wiodącą. | | |
| - <i>kompetencje społeczne</i> | Studenci uzyskują podstawowe kompetencje niezbędne do podjęcia pracy w studiach i agencjach reklamowych, redakcjach wydawnictw etc. | K_49 | K_K09 |
| Treść zajęć | Nabycie i kreatywne wykorzystanie umiejętności warsztatowych umożliwiających swobodne posługiwanie się warsztatem fotograficznym w celach użytkowych i dokumentacyjnych. Pogłębiona analiza przyjętych rozwiązań formalnych zastosowanych w działaniach reklamowych i promocyjnych. Przedmiot również przygotowuje studentów do wykonywania komercyjnych sesji fotograficznych. | | |
| Metody i kryteria oceny | 50% wykonanie zadań / aktywność na zajęciach / przeglądy robocze 50% otwarty przegląd prac | | |
| Sposób zaliczenia | ZS | | |
| Literatura | Michael Freeman, "Fotografia studyjna" Michael Freeman, "Fotografia zbliżeniowa" Roger Hick I Frances Schultz, "Fotografia potraw" Roger Hick I Frances Schultz, "Fotografia wnętrz" Roger Hick I Frances Schultz, "Efekty specjalne" Oliviero Toscani, "Reklama-uśmiechnięte ścierwo" Naomi Klein, "No logo". J. Berger, O patrzeniu, Warszawa 1999 Michael Freeman, "Czarno-biała fotografia cyfrowa" Scott Kelby, "Sekrety mistrza fotografii cyfrowej. Profesjonalne zdjęcia krok po kroku" Scott Kelby, "Fotografia portretowa w naturalnym świetle. Jak to robią najlepsi" Corey Barker, "Photoshop. Pikantne efekty specjalne" (ebook) John Hedgecoe, "Fotografia. Jak lepiej fotografować radzi John Hedgecoe" Peter K. Burian i Robert Caputo "Szkola fotografowania National Geographic" | | |
| Język wykładowy | polski | | |