

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
МДК01.03 «РЕКЛАМНАЯ ФОТОГРАФИЯ»**

для специальности: 54.02.08 Техника и искусство фотографии

2024

Рассмотрено и согласовано предметно-цикловой комиссией
«Художественное фотографирование».

Протокол №1 от «28» августа 2024 г.

Разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 18.09.2023 г. №700.

Председатель предметно-цикловой комиссии

_____ Л.П. Суворова
(подпись)

Директор колледжа

_____ А.И. Сенчук
(подпись)

Составитель:

Черкасова А.И. - преподаватель 1-ой категории предметно-цикловой комиссии художественное фотографирование федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского».

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕКЛАМНАЯ ФОТОГРАФИЯ»

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Рекламная фотография» является частью освоения основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена (далее ОПОП СПО – ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии.

Рабочая программа профессиональной учебной дисциплины «Рекламная фотография» может быть использована в профессиональных образовательных организациях, реализующих образовательную программу среднего профессионального образования в пределах освоения программ подготовки специалистов среднего звена.

1.2. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующим профессиональным компетенциям обучающийся в ходе освоения модуля должен:

уметь:

- компоновать предметные композиции в соответствии с рекламными задачами;
- выбирать фотографические методы и приёмы в зависимости от рекламной задачи;
- выполнять съемку фотомоделей и формировать портфолио;
- применять фотоаппаратуру, осветительное и съёмочное оборудование для фотосъемки на документы, индивидуального и группового портретирования;
- применять классические схемы освещения и композиции кадра при съемке портретов в студии;
- выполнять фотосъемку на документы в соответствии с рекомендациями и

техническими требованиями;

- формировать комплекты фотографий на документы различных видов в специализированном программном обеспечении;
- строить кадр в соответствии с законами композиции и использовать естественное освещение в сочетании с дополнительным осветительным оборудованием при фотосъемке на выезде;
- применять компьютерные технологии для подготовки полученных фотографических изображений к выводу на печать (кроме полиграфической);
- выполнять цифровую ретушь, не нарушая структуры изображения, в том числе: исправлять множественные мелкие дефекты изображения, дефект «красных глаз», удалять объекты с изображения, устранять сложные дефекты сюжетно важной части кадра, выполнять замену фона по желанию заказчика;
- изготавливать фотоальбомы и иную фотопродукцию на базе типовых и индивидуальных макетов заказчика;
- выбирать фотографические методы и приёмы в зависимости от рекламной задачи; выполнять съемку фотомоделей и формировать портфолио;
- выполнять компьютерный монтаж индивидуального портрета заказчика в другие цифровые изображения, не нарушая масштаба изображения лиц, светотеневого рисунка и перспективы;
- оцифровывать негативные и позитивные фотоматериалы;
- контролировать качество выполняемых работ;
- изготавливать фотоальбомы и иную фотопродукцию на базе типовых и индивидуальных макетов заказчика;

знать:

- основные функции, цели и задачи рекламы, классификацию рекламы, способы ее распространения, факторы воздействия на потребителя;
- особенности фотографических технологий в рекламе, использования образа

- фотомодели для решения рекламных задач;
- законодательство в сфере рекламы;
 - законы композиции и выразительные средства фотографии;
 - психологию цвета и закономерности использования цветовых сочетаний;
 - оборудование для рекламной фотографии (специальное световое оборудование, оборудование предметных столов, форматные, карданные фотокамеры, в том числе цифровые);
 - технологию работы с импульсным освещением;
 - правила освещения предметных композиций в рекламе;
 - методы и приемы выявления фактуры фотографируемых предметов;
 - компьютерные технологии подготовки фотоизображений для рекламных целей и макетирования рекламных изданий;
 - рекомендации и технические требования к фотографиям на документы;
 - приемы работы в программном обеспечении для формирования комплектов фотографий на документы;
 - нормы охраны труда при работе в фотостудии;
 - психологию взаимоотношений с клиентами.
 - основы пластической анатомии;
 - основные технологии ручной ретуши;
 - классификацию дефектов цифровых изображений и основные методы их устранения;
 - технологии послойного монтажа цифровых изображений

1.3. Использование часов вариативной части в ОПОП СПО - ПШССЗ

№ п / п	Дополнительные профессиональные компетенции	Дополнительные знания, умения	№, наименование темы	Количество часов	Обоснование включения в программу
1	ПК 1.4 Анализировать полученный материал, контролировать	Соблюдать закономерности соподчинения элементов на картинной плоскости,	Тема 2.4. Постобработка рекламной фотографии в программах Lightroom и	9	Самостоятельно применять в практической деятельности

	его художественный уровень.	средства композиционного формообразования: пропорции, масштабность, ритм, контраст и нюанс.	Photoshop.		композиционные законы; принципы, элементы и средства их связи.
--	-----------------------------	---	------------	--	--

1.4.Рекомендуемое количество часов на освоение учебной дисциплины:

всего – 100 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающихся – 100 часов,

включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающихся – 100 часа;

самостоятельной работы обучающихся – 0 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения рабочей программы учебной дисциплины является овладение обучающимся видом деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями в соответствии с ФГОС СПО по профессии или специальности.

Код (согласно ФГОС СПО)	Наименование результата обучения
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ПК 1.3.	Осуществлять рекламную фотосъемку в соответствии с техническим и творческим заданием.
ПК 3.1.	Разрабатывать концепцию, визуальную идею, образ фотоизображения.
ПК 3.2.	Планировать и организовывать процесс фотосъемки.
ПК 3.3.	Осуществлять фотосъемку согласно разработанной концепции.
ПК 3.4.	Осуществлять отбор материала, контролировать художественный уровень реализации проектов.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Тематический план учебной дисциплины «Рекламная фотография»

Коды компетенций	Наименование разделов, тем	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение учебной дисциплины				
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающихся			Самостоятельная работа обучающихся	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов
1	2	3	4	5	6	7	8
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Раздел 1. История рекламной фотографии. Виды рекламной фотографии	48	48	48	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Тема 1.1. История возникновения рекламной	4	4	4	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1-3.4 ОК 1;2;4	Тема 1.2. Становление и развитие рекламной фотографии.	4	4	4	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Тема 1.3. Создание рекламного проекта.	10	10	10	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Тема 1.4. Использование различных направлений фотографии в рекламных целях.	6	6	6	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4	Тема 1.5. Предметная (каталожная) рекламная фотосъемка.	10	10	10	-	-	-

ОК 1;2;4							
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Тема 1.6. Фотосъемка произведений изобразительного и декоративно-прикладного искусства.	4	4	4	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Тема 1.7. Основные требования для рекламной фотографии.	6	6	6	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Тема 1.8 Рекламная фотография как инструмент воздействия на зрителя.	4	4	4	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Раздел 2. Визуальные приемы и методы обработки в рекламной фотографии.	52	52	52	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Тема 2.1. Спецэффекты в рекламной фотографии.	20	20	20	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Тема 2.2. Создание уникального контента для фотостоков.	13	13	13	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Тема 2.3. Визуальные приемы в фотографии для улучшения выразительности кадра.	10	10	10	-	-	-
ПК 1.3;1.4.; 3.1- 3.4 ОК 1;2;4	Тема 2.4. Постобработка рекламной фотографии в программах Lightroom и Photoshop.	9	9	9	-	-	-
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой							
Всего часов:		100	100	100	-	-	-

3.2. Содержание обучения по учебной дисциплине «Рекламная фотография»

Наименование разделов, тем учебной дисциплины	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. История рекламной фотографии. Виды рекламной фотографии		48/48/0
Тема 1.1. История возникновения рекламной	Содержание учебного материала 1. Первые попытки использования фотографии в рекламных целях. Первые рекламные фотографии. 2. Первые фотохудожники, работающие в направлении рекламной фотографии.	4
Тема 1.2. Становление и развитие рекламной фотографии.	Содержание учебного материала 1. Рекламная фотография в XIX веке. 2. Макросъемка предметов (монеты, награды, произведения ювелирного искусства).	4
Тема 1.3. Создание рекламного проекта.	Содержание учебного материала 1. Разработка предпроектных конструкторских решений объектов наружной рекламы. 2. Знакомство с первыми рекламными фотографиями в России. Области применения рекламной фотографии. 3. Влияние Рекламная фотосъемка товаров для каталога (бытовая химия, напитки и продукты питания, парфюмерия и косметика). диафрагмы на ГРИП.	10
Тема 1.4. Использование различных направлений фотографии в рекламных целях.	Содержание учебного материала 1. Использование портрета в рекламной фотографии 2. Использование пейзажа в рекламной фотографии. 3. Использование натюрморта в рекламной фотографии.	6
Тема 1.5. Предметная (каталожная) рекламная фотосъемка.	Содержание учебного материала 1. Определение предметной фотографии. Назначение предметной фотосъемки в рекламе 2. Фотосъемка еды - food фотография. Техническое оснащение для предметной съемки. 3. Макросъемка предметов (монеты, награды, произведения ювелирного искусства).	10
Тема 1.6. Фотосъемка произведений изобразительного и декоративно-прикладного искусства.	Содержание учебного материала 1. Основные требования к репродукционной съемке произведений изобразительного искусства. 2. Методика съемки произведений изобразительного и декоративно-прикладного искусства. Техническое оснащение для съемки репродукций. 3. Рекламная фотосъемка товаров для каталога (бытовая химия, напитки и продукты питания,	4

	парфюмерия и косметика).	
Тема 1.7. Основные требования для рекламной фотографии.	Содержание учебного материала	6
	1. Требования к изображению в рекламе.	
	2. Создание репродукций произведений изобразительного искусства (картины, рисунки), декоративно-прикладного искусства (дерево, керамика).	
	3. Создание рекламного образа с элементами портретной фотосъемки. Создание рекламного проекта на тему: «Товары социального потребления».	
Тема 1.8 Рекламная фотография как инструмент воздействия на зрителя.	Содержание учебного материала	4
	1. Обзор этапов создания идеи и создание рекламного обращения.	
	2. Анализ формы и содержания рекламного обращения с фотоизображениями.	
	3. Виды воздействия рекламы на зрителя.	
Раздел 2. Визуальные приемы и методы обработки в рекламной фотографии.		52/52/0
Тема 2.1. Спецэффекты в рекламной фотографии.	Содержание учебного материала	20
	1. Создание искусственного дыма.	
	2. Методы создание дыма в условиях студии. Создание дыма в программе Adobe Photoshop.	
	3. Другие методы визуального обмана для большей выразительности рекламного фотоснимка.	
Тема 2.2. Создание уникального контента для фотостоков.	Содержание учебного материала	13
	1. Специфика фотостоков и особенности работы с ними.	
	2. Требования к фотоизображениям.	
	3. Виды постановочной рекламной фотографии (интерьерная, предметная, каталожная, имеджевая)	
Тема 2.3. Визуальные приемы в фотографии для улучшения выразительности кадра.	Содержание учебного материала	10
	1. Игра на контрастах: сравнение, противопоставление.	
	2. Использование перспективы. Многоплановая композиция.	
	3. Точка съемки. Особенности построения изображения.	
Тема 2.4. Постобработка рекламной фотографии в программах Lightroom и Photoshop.	Содержание учебного материала	9
	1. Глянцевая ретушь. Улучшение качества изображения в программе Lightroom и Photoshop.	
	2. Технические требования к рекламным изображениям.	
	3. Создание рекламного проекта на тему: «Продукты питания» для периодического издания.	
	4. Создание рекламного проекта на тему: «Социальная реклама» для периодического издания.	

Промежуточная аттестация: зачет с оценкой (5 семестр)	
Всего часов:	100/100/0

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета и рабочие места по количеству обучающихся:

Подготовка внеаудиторной работы должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам. Во время самостоятельной подготовки, обучающиеся должны быть обеспечены доступом к сети Интернет.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест: комплект учебно-методической документации; наглядные пособия; технические средства обучения; рабочее место преподавателя.

4.2. Общие требования к организации образовательной деятельности

Освоение обучающимися учебной дисциплины может проходить в условиях созданной образовательной среды как в образовательной организации (учреждении), так и в организациях, соответствующих профилю учебной дисциплины.

Преподавание учебной дисциплины должно носить практическую направленность. В процессе практических занятий обучающиеся закрепляют и углубляют теоретические знания, приобретают необходимые профессиональные умения и навыки.

Практические занятия проводятся в учебном кабинете согласно Государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования ФГОС СПО публики по специальности.

Текущий и промежуточный контроль обучения складывается из следующих компонентов:

текущий контроль:

- фронтальный опрос;
- индивидуальный опрос, собеседование;
- просмотр этапов работ;
- оценивание выполнения практических заданий.

промежуточный контроль: зачет с оценкой

4.3. Кадровое обеспечение образовательной деятельности.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих реализацию ОПОП СПО - ППССЗ по специальности СПО должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими среднее профессиональное, высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой учебной дисциплины. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже одного раза в 3 года.

4.4. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. [Лапин А. И. Фотография как... / А. И. Лапин. — изд. 2-е, испр. и доп. — М. : Л. Гусев, 2004. — 324 с. : ил.](#)
2. [Дегтярев А. Р. Изобразительные средства рекламы: Слово, композиция, стиль, цвет / А. Р. Дегтярев. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2006. — 260 с. : ил.](#)
3. [Коммуникативное пространство современности как сфера действия PR и рекламы : материалы Открытой республиканской студенческой научно-практической конференции \(20 декабря 2018 г., г. Луганск\) / отв. ред. Е. А. Лобовикова. — Луганск : Изд-во ГОУК ЛНР "ЛГАКИ имени М. Матусовского", 2019. — 152 с.](#)
4. [Гонт Л. Экспозиция в фотографии / Л. Гонт. — М. : Мир, 1984. — 173 с.](#)
5. [Горицын В. Ф. Фотографические светофильтры. — 2-е изд., испр. и доп. — К. : Техника, 1986. — 90 с. : ил.](#)
6. [Левашов В. Лекции по истории фотографии / В. Левашов. — б. м. : б. и. — 1262 с. : ил.](#)
7. [Милчев М. Самое главное о... Выбор цифрового фотоаппарата / М.](#)

- [Милчев. — СПб. : Питер, 2006. — 125 с. : ил.](#)
8. [Рекламная деятельность : Учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, Т.К. Серегина и др. — 6-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К, 2003. — 364 с.](#)
 9. [Антипов К. В. Основы рекламы / К. В. Антипов. — 3-е изд. — М. : Дашков и К, 2015. — 326 с.](#)
 10. [Антонов Л. В. Специфика развития российского рекламного рынка // Социально-экономические явления и процессы. — 2010. — 3\(019\). — С. 28-35](#)
 11. [Безлатный Д. Психология в рекламе: искусство манипуляции общественным сознанием. — М. : ООО "Ваш полиграфический партнер", 2011. — 236 с.](#)

Дополнительная литература:

1. Головин Б.Н. Теория и практика фоторекламы / Б.Н. Головкин. - СПб. : 2005. - 226 с.
2. Гольман И.А. Рекламное планирование. Рекламные технологии. Организация рекламной деятельности / Гольман И.А. - М. : изд-во «Илла-принт», 2000. - 230 с.
3. Ефремов.А Фотомастер. Взгляд через объектив / Александр Ефремов. - СПб. : Питер, 2010. - 128 с.
4. Кини Магдалена. Мода и реклама / Магдалена Кини. - М. : Арт-Родник, 2007. - 168 с.
5. Корнилова Е.Е. Слово и изображение в рекламе / Е.Е. Корнилова. - Воронеж, 2001. - 189 с.
6. Песочинский Д. М. Фотография как бизнес / Песочинский Д. М. - СПб. : Питер, 2011. -160 с.
7. Полубояринов М. Рекламная фотография / Полубояринов М. - СПб. : 2004. - 242 с.
8. Стори Д. Цифровая фотография. Трюки. 100 советов и рекомендаций профессионала / Стори Д. - СПб. : Питер, 2005. - 319 с.

9. Тангейт М. Всемирная История Рекламы / Тангейт М. - М .: 2008. - 176 с.
 Фриман. М. Спецэффекты в цифровой фотографии / Фриман М. - М .: Омега, 2006. - 180 с.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляются преподавателем в процессе проведения текущего контроля, практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения	Основные показатели оценки результатов	Формы и методы контроля и оценки
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - компоновать предметные композиции в соответствии с рекламными задачами; - выбирать фотографические методы и приёмы в зависимости от рекламной задачи; - выполнять съёмку фотомоделей и формировать портфолио; - применять фотоаппаратуру, осветительное и съёмочное оборудование для фотосъёмки на документы, индивидуального и группового портретирования; - применять классические схемы освещения и композиции кадра при съёмке портретов в студии; - выполнять фотосъёмку на документы в соответствии с рекомендациями и техническими требованиями; - формировать комплекты фотографий на документы различных видов в специализированном программном обеспечении; - строить кадр в соответствии с законами композиции и использовать естественное освещение в сочетании с дополнительным осветительным оборудованием при фотосъёмке на выезде; - применять компьютерные 	<p>Самостоятельно компонуют предметные композиции в соответствии с рекламными задачами.</p> <p>Разбираются в фотоаппаратуре и уместно ее принимают исходя из фотографических задач.</p> <p>Выстраивают кадр в соответствии с законами композиции.</p> <p>Качественно выполняют цифровую ретушь в соответствии с задачами.</p> <p>Ознакомлены с требованиями к рекламным фотографиям для печати по назначению.</p>	<p>Формы контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> – устный опрос; – проверка конспектов; – оценивание сообщений; – оценивание самостоятельной реферативной работы. <p>Методы контроля</p> <p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> – фронтальный опрос; – индивидуальный опрос; – проверка самостоятельной работы. <p>Промежуточная аттестация: зачет с оценкой</p>

<p>технологии для подготовки полученных фотографических изображений к выводу на печать (кроме полиграфической);</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнять цифровую ретушь, не нарушая структуры изображения, в том числе: исправлять множественные мелкие дефекты изображения, дефект «красных глаз», удалять объекты с изображения, устранять сложные дефекты сюжетно важной части кадра, выполнять замену фона по желанию заказчика; - изготавливать фотоальбомы и иную фотопродукцию на базе типовых и индивидуальных макетов заказчика; - выбирать фотографические методы и приёмы в зависимости от рекламной задачи; выполнять съёмку фотомоделей и формировать портфолио; - выполнять компьютерный монтаж индивидуального портрета заказчика в другие цифровые изображения, не нарушая масштаба изображения лиц, светотеневого рисунка и перспективы; - оцифровывать негативные и позитивные фотоматериалы; - контролировать качество выполняемых работ; - изготавливать фотоальбомы и иную фотопродукцию на базе типовых и индивидуальных макетов заказчика; 		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные функции, цели и задачи рекламы, классификацию рекламы, способы ее распространения, факторы воздействия на потребителя; - особенности фотографических технологий в рекламе, использования образа фотомодели для решения рекламных задач; - законодательство в сфере рекламы; - законы композиции и выразительные средства фотографии; - психологию цвета и закономерности использования 		

<p>цветовых сочетаний;</p> <ul style="list-style-type: none"> - оборудование для рекламной фотографии (специальное световое оборудование, оборудование предметных столов, форматные, карданные фотокамеры, в том числе цифровые); - технологию работы с импульсным освещением; - правила освещения предметных композиций в рекламе; - методы и приемы выявления фактуры фотографируемых предметов; - компьютерные технологии подготовки фотоизображений для рекламных целей и макетирования рекламных изданий; - рекомендации и технические требования к фотографиям на документы; - приемы работы в программном обеспечении для формирования комплектов фотографий на документы; - нормы охраны труда при работе в фотостудии; - психологию взаимоотношений с клиентами. <p>- основы пластической анатомии;</p> <p>- основные технологии ручной ретуши;</p> <p>- классификацию дефектов цифровых изображений и основные методы их устранения;</p> <p>- технологии послойного монтажа цифровых изображений</p>		
---	--	--