

<b>Ciclo Formativo Superior</b>	<b>Año:</b> 2024-2025
<b>Especialidad:</b> Gráfica publicitaria	<b>Curso:</b> 2º
<b>Asignatura:</b> Recursos aplicados a la fotografía publicitaria	
<b>Professorat:</b> Jordi Arroyo García, José Luis García Llorens	<b>Horas semanales:</b> 4
<b>e-mail:</b> <a href="mailto:arroyoj@easdalcoi.es">arroyoj@easdalcoi.es</a> <a href="mailto:garciajl@easdalcoi.es">garciajl@easdalcoi.es</a>	

## PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

1. Introducción al módulo formativo
2. Objetivos
3. Contenidos
4. Planificación y temporización
5. Metodología
6. Evaluación
7. Actividades extraescolares
8. Recursos
9. Bibliografía

---

### 1. Introducción al módulo formativo.

---

#### Marco normativo

El Real Decreto **1431/2012, de 11 de octubre**, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas.

#### Identificación del título.

Denominación: Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria.

Nivel: Grado superior de las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño.

Duración total del ciclo: Dos mil horas.

Familia profesional artística: Comunicación gráfica y audiovisual.

Referente europeo: CINE-5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

### Normativa aplicable.

Lo dispuesto en este real decreto sustituye a la regulación del título de Gráfica Publicitaria contenido en:

**El Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre**, por el que se establecen los títulos de Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, en Ilustración y en Fotografía Artística, pertenecientes a la familia profesional de Diseño Gráfico y se aprueban sus enseñanzas mínimas.

**El DECRETO 128/2013, de 20 de septiembre**, del Consell, por el que se establece el currículo de las enseñanzas artísticas profesionales correspondientes al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual, en el ámbito de la Comunitat Valenciana. [2013/9162]

**RESOLUCIÓN de 30 de julio de 2024**, del secretario autonómico de Educación, por la que se dictan instrucciones sobre ordenación académica y de organización de la actividad docente de los centros docentes que impartan enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño en la Comunitat Valenciana durante el curso 2024-2025.

### Identificación del módulo formativo.

Los módulos de este ciclo formativo se organizan en dos cursos académicos. La distribución de módulos en cada uno de los dos cursos, su duración, la asignación horaria semanal y la asignación de créditos ECTS correspondiente.

### Distribución horaria de las enseñanzas:

	Horas lectivas	Créditos ECTS.
Módulos impartidos en el curso	1850	112
Fase de formación de prácticas	150	8
Total de horas enseñanzas	2000	120

En el currículo se establece el módulo de fotografía, en el cual se imparten 75 horas lectivas, 4 horas semanales a lo largo de todo el curso, acabando en marzo. Equivale a un total de 4 créditos ECTS.

### Presentación

Las competencias de este módulo son las siguientes:

1. Proponer y realizar soluciones gráficas para transmitir mensajes publicitarios por encargo de empresas, instituciones u otros profesionales.
2. Planificar el desarrollo del proyecto de imagen publicitaria desde la identificación del encargo comunicativo, la definición de los aspectos formales y estéticos, funcionales y técnicos, hasta la realización del producto gráfico acabado.
3. Organizar y llevar a cabo las diferentes fases del proyecto y los correspondientes controles de calidad que garanticen la expresión gráfica óptima del mensaje.
4. Llevar a cabo, de manera autónoma, proyectos gráficos publicitarios con el nivel de calidad exigible profesionalmente.
5. Comunicar eficientemente mediante recursos gráficos ideas y mensajes publicitarios.

6. Dotar al producto gráfico publicitario de los elementos persuasivos, informativos y/o identificativos adecuados a los objetivos del encargo.
7. Solucionar mediante recursos gráficos y tipográficos los aspectos formales y comunicativos de mensajes publicitarios.
8. Planificar y realizar proyectos de gráfica publicitaria en todas sus fases y llevar a cabo los controles de calidad correspondientes para la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.
9. Definir los aspectos formales y funcionales del mensaje publicitario en un soporte gráfico.
10. Transmitir con precisión la información adecuada para los procesos de reproducción y realizar el seguimiento y control de calidad correspondiente hasta conseguir un resultado impreso idóneo.
11. Conocer y cumplir la normativa que regula la actividad profesional.

En el módulo que aquí tratamos, Recursos aplicados a la fotografía publicitaria, pueden concurrir contenidos que se impartan en otros módulos creando duplicidad de información por lo que habrá que coordinarse con el o los profesores que impartan los módulos:

Teoría de la publicidad y del marketing: en esta asignatura se trabaja el mensaje publicitario, las agencias, la persuasión...sin embargo en el módulo de fotografía, estos apartados se verán solo desde el punto de vista de la imagen fotográfica. Lo ideal sería realizar un trabajo conjunto con esta asignatura. Además, se realizarán trabajos prácticos en los que se trabaje en coordinación con otros módulos, el de Medios informáticos y el de Proyectos.

---

## 2. Objetivos Pedagógicos.

---

(currículum DECRETO 128/2013, de 20 de septiembre, del Consell)

1. Trabajar desde el punto de vista práctico la fotografía publicitaria.
2. Ubicar al alumnado en el contexto publicitario y dotarlo de las herramientas necesarias para trabajar con imágenes.
3. Actualizar, especializar y ampliar los conocimientos fotográficos para aplicarlos al campo de la publicidad.

---

## 3. Contenidos.

---

Fichas de unidades de trabajo.

UD 1	<b>Evolución de la imagen en el mensaje publicitario.</b>	Horas (C+P)	6+10
Introducción:			
<p>En esta unidad didáctica se pretende que el alumnado conozca la evolución que ha seguido la imagen fotográfica publicitaria desde sus inicios hasta la actualidad. Se trabajarán referentes del género fotográfico publicitario y sus semejanzas respecto a otros géneros tradicionales de la fotografía como son el bodegón o el retrato.</p>			
Objetivos (O):		Preconocimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la evolución de la fotografía publicitaria.</li> <li>• Adquirir referentes teóricos, prácticos y autorales propios de la fotografía publicitaria, así como de otros géneros fotográficos.</li> </ul>		<p>En esta unidad didáctica se precisa un nivel de fotografía básica.</p>	

Contenidos (C):	Actividades (A), prácticas (P) y trabajos (T):
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolución de la imagen fotográfica aplicada a la publicidad.</li> <li>• Imagen fotográfica versus imagen publicitaria.</li> <li>• Los géneros fotográficos.</li> <li>• Ubicar al alumnado en el contexto publicitario y dotarlo de las herramientas necesarias para trabajar con imágenes.</li> </ul>	<p>P1 (2h)- Visita al plató fotográfico, estudio de los elementos necesarios para iluminar y del manejo de estos.</p> <p>T1 (8h) Realizar una serie de análisis de fotografías en las que se trabajen los géneros publicitarios, así como de las diversas publicaciones en las que se pueden encontrar.</p>

UD 2	<b>El encargo fotográfico. Una metodología y técnica general.</b>	Horas (C+P):	
Introducción (caso práctico):			
<p>En esta unidad temática se trabajarán los conceptos que afectan a las necesidades y encargos de una publicación editorial.</p> <p>Partiendo de un proyecto ficticio o real en torno a un encargo concreto.</p> <p>Se irán planteando la consecución de imágenes fotográficas de una serie de soportes para publicaciones editoriales, anuncios en revistas y también para promoción de tiendas online a través de una serie de encargos fotográficos vinculados a la fotografía de retrato y producto que se desarrollará en la unidad 3. Todos los encargos deberán mantener una coherencia estética, visual y conceptual en la línea del soporte seleccionado.</p>			
Objetivos (O):		Preconocimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entender la fotografía como un elemento más del proceso de creación de un proyecto publicitario.</li> </ul>		Se precisará un conocimiento básico del trabajo fotográfico en plató y de la técnica fotográfica en general.	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer las necesidades de un encargo editorial para una publicación concreta partiendo de la identidad de la cabecera y de la adecuación de forma y contenidos a la línea editorial.</li> </ul>	
Contenidos (C):	Actividades (A), prácticas (P) y trabajos (T):
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La fotografía publicitaria. Preparación y realización.</li> <li>• El trabajo en equipo, roles y funciones. El encargo y la gestión de recursos.</li> <li>• La persuasión en la imagen publicitaria.</li> <li>• La ficha técnica</li> <li>• Técnicas de iluminación según materiales</li> <li>• Equipos fotográficos y técnicas básicas en el plató.</li> </ul>	<p>A1- Visita a un plató fotográfico especializado en publicidad.</p> <p>T1- "El encargo". Se planteará un trabajo encargado por una publicación, empresa o servicio para la realización de un soporte publicitario determinado.</p>

UD 3	<b>La producción fotográfica. Producto y retrato.</b>	Horas (C+P):	
Introducción (caso práctico):			
<p>En esta unidad didáctica se va a trabajar la parte más práctica de la fotografía publicitaria. Se tratarán conceptos como la planificación y producción de un trabajo publicitario.</p>			

Objetivos (O):	Preconocimientos:
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1.- Aprender a planificar un trabajo para minimizar costes.</li> <li>● 2- Aprender a gestionar el trabajo realizado.</li> <li>● 3- Conocer los roles y competencias de cada miembro del equipo para preparar los trabajos y conseguir juntos la máxima calidad.</li> </ul>	<p>Se precisan conocimientos importantes de fotografía.</p>
Contenidos (C):	Actividades (A), prácticas (P) y trabajos (T):
<ul style="list-style-type: none"> <li>● La editorial publicitaria. Planificación y preproducción.</li> <li>● Briefing y concepto.</li> <li>● Localizaciones y recursos.</li> <li>● Gestión y desarrollo de la sesión fotográfica.</li> </ul>	<p>P1- Realización de una serie de fotografías digitales que posteriormente serán tratadas y retocadas en postproducción.</p> <p>T1- Realización de una editorial del género producto, individual, pero colaborativo, intercambiando los roles del equipo en cada una de las series.</p> <p>T2- Realización de una editorial del género retrato, grupal y colaborativo.</p>

UD 4	<b>Aplicación de la fotografía a diferentes formatos.</b>	Horas (C+P):	
Introducción (caso práctico):			
<p>En esta unidad didáctica se va a trabajar la postproducción y Arte final de la fotografía publicitaria. Se trabajarán las pruebas, la presentación y archivo de los materiales utilizados y el acabado final para la impresión de estos. Esta unidad se irá desarrollando a lo largo</p>			



de todo el curso ya que tiene relación y aplicación a todos los contenidos de las unidades anteriores.	
<b>Objetivos (O):</b>	<b>Preconocimientos:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Actualizar, especializar y ampliar los conocimientos fotográficos para aplicarlos al campo de la publicidad.</li> <li>● Conocer los diferentes formatos en los que es posible aplicar la imagen publicitaria.</li> </ul>	Se precisan conocimientos medios de maquetación e impresión.
<b>Contenidos (C):</b>	<b>Actividades (A), prácticas (P) y trabajos (T):</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● La editorial publicitaria. Gestión de las pruebas, presentación y archivo de los materiales generados. Postproducción.</li> <li>● Tipos de salidas y tratamiento de archivos.</li> <li>● Formatos donde es posible trabajar la fotografía publicitaria.</li> <li>● Los perfiles de color.</li> </ul>	<p>P1- Pruebas de impresión</p> <p>T1- Impresión de la maqueta de una publicación editorial.</p>

## 4. Planificación y temporización.

### Temporalización.

Trimestre	Contenidos y temporalización
1er Trimestre  Del 16 de septiembre al 14 de diciembre.	UNIDAD DIDÁCTICA 1: del 16 al 29 de septiembre. Contenidos conceptuales. La fotografía publicitaria. Del 2 de octubre al 13 de octubre. Contenidos procedimentales. Análisis de publicaciones editoriales.  UNIDAD DIDÁCTICA 2: del 16 de octubre al 10 de noviembre. Contenidos procedimentales. Fotografía editorial para ilustrar un reportaje sobre algún tema concreto
2º trimestre  Del 7 de enero al 14 de marzo	UNIDAD DIDÁCTICA 3: Del 13 de noviembre al 23 de febrero. Contenidos procedimentales. Trabajos publicitarios de fotografía del género producto y retrato.  UNIDAD DIDÁCTICA 4. Del 26 de febrero al 14 de marzo. Maquetación de la publicación y adaptación del archivo a diferentes salidas de impresión.

		CURSO 2024-2025											
		SEP	OCT	NOV	1ª EV	DIC	ENE	FEB	MAR	2ª EV	ABR	MAY	JUN
UNIDADES	UD. 1												
	UD. 2												
	UD. 3												
											PRÁCTICAS EMPRESA Y PROYECTO INTEGRADO		

D I D Á C T I C A S	UD. 4										
--	----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

---

## 5. Metodología didáctica.

---

- La asignatura se enmarca en las materias de Formación Básica. Por ello, su docencia natural es definible en lo que entendemos como parte teórica fundamental complementada con un examen y finaliza con las prácticas adecuadas para el conocimiento básico del proceso fotográfico y la comunicación audiovisual, complementadas con trabajos de copiado y montaje en las imágenes solicitadas.

- En lo que entendemos como Fotografía de Campo, en la fase de prácticas, se hace fundamental en nuestra didáctica de la Fotografía la conexión con el exterior. Por ello, una parte de la fase formativa se desarrollará en exteriores y otra parte en el plató fotográfico.

- Se plantearán antes de cada trabajo los contenidos teóricos necesarios para entender las necesidades para el trabajo de campo.

- A lo largo de la semana se destinarán varias sesiones según las necesidades y el tema, a ilustrar con imágenes el trabajo a realizar, apoyadas con equipo y material fotográfico.

- La aplicación de tales conceptos se desarrollará posteriormente. En ellas el alumnado realizará los trabajos propuestos (con la ayuda y el asesoramiento del

docente) constituidos por imágenes fotográficas en los que se aplican los conocimientos aprendidos en las clases técnicas y teóricas.

- En los procesos, se enfatizará el uso de nuevas tecnologías en la fotografía publicitaria, como la fotografía digital avanzada y el uso de software de edición.

- Visionado de imágenes o de los trabajos de cada alumno y alumna para comentar los elementos técnicos y estéticos más sobresalientes y mostrar los posibles fallos y soluciones.

- Se promoverá la sostenibilidad y el uso ético de las imágenes publicitarias.

---

## **6. Evaluación.**

---

1. En general, la evaluación del proceso de aprendizaje del estudiante se basará en el grado y nivel de adquisición y consolidación de las competencias transversales, generales y específicas definidas para estos estudios.
2. Asimilación de los conceptos teóricos del Proceso Fotográfico.
3. Destreza perceptiva, composición, creatividad y capacidad estética.
4. Conocimiento práctico de los procesos derivados de los distintos contenidos temáticos: conocimientos sobre profundidad de campo, movimiento e iluminación siempre aplicado a cada uno de los proyectos.
5. Utilización y uso correcto de los diferentes procesos fotográficos.
6. Capacidad y control de los procesos de edición de imágenes.
7. Conocimiento y uso correcto de la terminología profesional.

8. Sensibilidad para expresar de forma inteligible situaciones extraídas de su propia experiencia.
9. Capacidad crítica para opinar sobre los distintos valores o defectos fotográficos, ya sea estéticos o técnicos.
10. Aportaciones personales que vengan marcadas por un claro perfil investigador.
11. Capacidad de los estudiantes para trabajar en equipo y gestionar proyectos de forma colaborativa.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN** (REAL DECRETO 128/2013, de 20 de septiembre, del Consell)

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Utilizar con destreza los equipos y las técnicas propias del medio fotográfico.
2. Comprender los mecanismos teórico-expresivos del medio fotográfico y utilizarlos con una finalidad comunicativa.
3. Integrar la fotografía en la realización de proyectos de gráfica publicitaria bien sea como herramienta de creación o como recurso expresivo y comunicativo.
4. Valorar de manera argumentada la producción fotográfica propia o ajena utilizando criterios técnicos, artísticos y comunicativos.
5. Conocer y emplear correctamente la terminología específica del módulo.

6. Mostrar capacidad crítica para emitir un juicio estético y técnico argumentado, con relación a imágenes fotográficas.

### **PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN:**

**CRITERIOS CONCEPTUALES** (conocimientos): evaluar los conocimientos mediante la correcta aplicación de estos a los trabajos propuestos y la memoria de estos, exámenes y prácticas.

**CRITERIOS PROCEDIMENTALES**: en ellos se tendrán en cuenta los trabajos que se han ido planteando a lo largo de las diferentes unidades didácticas. La calificación de estos se realizará según lo dispuesto al final de este apartado.

La evaluación es continua y se requerirá la asistencia regular a clase.

Evaluación continua: esta se realizará a través de la observación del trabajo individual del alumnado, de la evolución en sus trabajos, de la participación en clase y de la asistencia continuada, así como de la actitud.

Evaluación final: se efectuará a través del resultado obtenido en los diferentes trabajos propuestos, prácticas y exámenes al final de cada unidad didáctica, realizándose una media de estos, así como la evolución que ha mantenido el alumnado a lo largo del semestre y su actitud hacia la asignatura. Los trabajos realizados fuera del centro sin la supervisión ni el seguimiento del profesor podrán ser rechazados.

- Las notas se ponderarán atendiendo a las siguientes especificaciones:
- La asistencia a clase es condición necesaria, pero no suficiente. La asistencia es obligatoria, no constituye, por lo tanto, un mérito en sí misma. La superación de más de un 20% de faltas de asistencia supondrá la pérdida de la evaluación continua.

- La calificación para aquellos alumnos y alumnas cuyas faltas superen más del 20% de asistencia, además de entregar todos los proyectos de cada una de las unidades didácticas deberán realizar un examen en la fecha marcada. Dicha prueba se podrá dividir en teórico, teórico-práctico y práctico.
- Así mismo, la mera presentación de los trabajos no presupone su valoración positiva, al igual que la asistencia, es algo necesario, pero no suficiente.
- En cada evaluación será el resultado de sacar la media de los ejercicios prácticos y de la resolución de ejercicios teórico-prácticos tipo examen, si los hubiese. No obstante, la actitud en clase, la asistencia, el interés demostrado por el alumnado hacia la asignatura, el cuidado de los medios materiales de uso común y la educación en el trato con compañeros y profesores condicionarán la nota final.
- Será requisito la presentación de todos y cada uno de los ejercicios propuestos, pruebas prácticas y exámenes para la superación de cada evaluación y, por supuesto, del curso. Siendo necesario que todos tengan una nota igual o superior a 5.
- El retraso en la entrega de un trabajo sin justificación supondrá un descenso de un 40% de la nota. En caso de superar una semana de la fecha estipulada, se le asignará una práctica extra. Esta práctica le será asignada una vez entregue el trabajo pendiente.
- En aquellos casos en los que la calificación no supere la mínima establecida como suficiente, la forma de recuperación será la de plantear nuevamente el proyecto después de haberse incidido en los detalles incorrectos, errores u omisiones cometidas. Superadas éstas, el proyecto se podrá considerar recuperado.

- El docente, si lo estima oportuno, puede realizar exámenes teóricos, prácticos o de edición digital.

### **CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE TRABAJOS:**

La evaluación del trabajo realizado por los estudiantes se basará en los siguientes criterios, que buscan valorar tanto el proceso de aprendizaje como el resultado final. Cada uno de estos criterios será clave para determinar la calidad y el nivel de competencia alcanzado por los estudiantes en la asignatura:

#### **Ajuste a los Contenidos Explicados en Clase:**

- Se evaluará la capacidad del estudiante para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos durante las clases en sus proyectos y trabajos. Esto incluye la correcta utilización de técnicas fotográficas, la adecuada composición de las imágenes, la iluminación aplicada de manera coherente y efectiva, y la capacidad para integrar estos elementos de manera original y creativa. Se valorará especialmente la capacidad de experimentación y la inventiva, es decir, la disposición del estudiante para explorar nuevas ideas y enfoques dentro del marco conceptual de la fotografía publicitaria.

#### **Edición Digital y Formato de las Imágenes:**

- La correcta edición digital de las imágenes es un componente fundamental en la fotografía publicitaria. Se evaluará la habilidad del estudiante para aplicar técnicas de postproducción que realcen la calidad de las imágenes, asegurando que el formato final sea adecuado para los diversos soportes publicitarios. Esto incluye la corrección de color, el retoque digital, y la preparación de archivos para impresión o distribución digital.



### Manejo y Conocimiento de las Especificaciones Técnicas:

- Se valorará el dominio técnico del estudiante en el manejo del equipo fotográfico, así como su comprensión de las especificaciones técnicas necesarias para la captura de imágenes de alta calidad. Esto incluye el uso adecuado de cámaras, lentes, iluminación y otros equipos relevantes, así como el entendimiento de conceptos técnicos como la profundidad de campo, la exposición, el balance de blancos y la sensibilidad ISO. La capacidad para solucionar problemas técnicos durante el proceso de captura será también un aspecto importante en esta evaluación.

### Presentación de los Trabajos y de la Memoria Justificativa:

- La presentación final de los trabajos es crucial, ya que refleja no solo el esfuerzo invertido, sino también la capacidad del estudiante para comunicar sus ideas de manera clara y profesional. Se evaluará la calidad de la presentación de los trabajos, que debe ser coherente, ordenada y visualmente atractiva. Asimismo, la memoria justificativa que acompaña cada trabajo deberá detallar el proceso creativo y técnico seguido, incluyendo las decisiones tomadas y las soluciones implementadas. La claridad y la profundidad del análisis serán aspectos clave en la valoración de este apartado.

### Asistencia, Participación e Interés:

- La asistencia regular a las clases es fundamental para un aprendizaje continuo y efectivo. Se espera que los estudiantes participen activamente en las actividades propuestas, mostrando interés y compromiso con la asignatura. La participación en clase, tanto en discusiones teóricas como en prácticas,

será valorada positivamente. Además, se tendrá en cuenta la actitud del estudiante hacia el trabajo en equipo, la colaboración con sus compañeros y el respeto por los materiales y recursos del centro.

#### Rubricas de Evaluación Específicas:

- Cada actividad concreta contará con una rúbrica de evaluación específica, que detallará los porcentajes y los criterios particulares aplicables a esa tarea. Estas rúbricas estarán diseñadas para reflejar de manera precisa los objetivos de cada actividad, permitiendo una evaluación justa y transparente. Los estudiantes serán informados previamente sobre los criterios específicos que se aplicarán a cada trabajo, lo que les permitirá enfocar sus esfuerzos en las áreas clave de cada proyecto.

#### **CRITERIOS DE RECUPERACIÓN:**

El proceso de recuperación tiene como objetivo asegurar que todos los estudiantes logren alcanzar los objetivos mínimos establecidos para la asignatura. Para ello, se implementarán las siguientes medidas:

#### Repetición de Proyectos, Exámenes y/o Ejercicios No Superados:

Todos los proyectos, exámenes y ejercicios que no hayan sido superados deberán repetirse con el fin de cumplir con los objetivos de aprendizaje establecidos. El estudiante recibirá una retroalimentación que le permitirá identificar las áreas en las que necesita mejorar. La repetición de estos trabajos no solo se centra en corregir errores específicos, sino también en reforzar el aprendizaje de los conceptos fundamentales y habilidades prácticas que no fueron adecuadamente demostrados en la evaluación inicial. El objetivo es que, al final del proceso, el alumno pueda presentar un trabajo que refleje un entendimiento sólido y la capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos.

### Realización de Ejercicios de Recuperación y Refuerzo:

Aquellos estudiantes que no hayan alcanzado los objetivos mínimos de la asignatura serán requeridos a realizar ejercicios adicionales de recuperación y refuerzo. Estos ejercicios estarán diseñados para abordar de manera específica las deficiencias detectadas en la evaluación inicial. Podrán incluir tanto actividades prácticas como teóricas, dependiendo de las necesidades individuales del alumno. El objetivo de estos ejercicios es consolidar los aprendizajes y asegurar que el estudiante esté preparado para avanzar en el curso con una comprensión completa de los temas tratados.

### Exámenes Teóricos o Trabajos Finales Complementarios:

En los casos en que el profesor lo considere necesario, se podrán organizar exámenes teóricos adicionales o la realización de trabajos finales complementarios para completar la evaluación del alumno. Estos exámenes o trabajos estarán orientados a verificar que el estudiante ha adquirido los conocimientos y competencias que no fueron demostrados en las evaluaciones anteriores. Este tipo de evaluaciones puede incluir preguntas que abarquen los contenidos más importantes de la asignatura, así como la elaboración de ejercicios que integren los aspectos teóricos y prácticos que se deben dominar. La finalidad de estas actividades es proporcionar una oportunidad adicional para que el estudiante demuestre su competencia y mejore su calificación final.

### Recuperación en Segunda Convocatoria o Extraordinaria:

En el caso de que el estudiante deba presentarse a una segunda convocatoria o extraordinaria, se seguirán los mismos criterios descritos anteriormente. Adicionalmente, el profesor podrá optar por proponer actividades prácticas o exámenes adicionales para que el alumno demuestre los conocimientos adquiridos. Estas actividades podrán estar diseñadas para evaluar de manera más integral las competencias que el estudiante aún no ha logrado superar, garantizando así que el alumno

tenga una última oportunidad de alcanzar los objetivos de la asignatura y mejorar su rendimiento académico.

## 7. Actividades Extraescolares

Aparte de alguna salida fotográfica para realizar alguna de las actividades que se irán proponiendo en la asignatura, tenemos previsto en la medida que sea posible según coincidencia de nuestros periodos lectivos con los de las actividades, la asistencia a alguna de las conferencias que tenemos previstas desde el departamento de fotografía.

---

## 8. Recursos

Recursos multimedia (Proyector).

Recursos básicos por parte del alumnado: Ordenador portátil. Cámara y objetivo/s. Trípode y zapata.

Platós de la Escuela con útiles diversos de iluminación y toma fotográfica.

Biblioteca EASDALCOI.

---

## 9. Bibliografía

### General:

1. Benjamin, W. (2008). Sobre la fotografía. Pre-Textos.
2. Langford, M. (2009). Fotografía básica (7ª ed.). Omega.
3. Museum Ludwig Colonia. (2000). La fotografía del siglo XX. Taschen.
4. Perea González, J., & otros. (2007). La imagen fotográfica. Akal.
5. Sánchez Vigil, J. M. (2002). Diccionario Espasa de Fotografía.

Espasa.

6. Sougez, M.-L. (2009). Historia general de la fotografía. Manuales de Cátedra.

### **Específica:**

1. Bavister, S. (2009). Productos alimenticios: Técnicas de iluminación. Omega.
2. Clements, J. (2008). *Guía de la fotografía digital*. Libros Cúpula.
3. Eguizabal, R. (2011). *Fotografía publicitaria*. Cátedra.
4. Langford, M., & Bilissi, E. (2009). *Tratado de fotografía* (8ª ed.). Omega.
5. Macleod, S. (2009). *Postproducción del blanco y negro*. Blume.
6. Macleod, S. (2009). *Postproducción del color*. Blume.
7. Malpas, P. (2009). *Captar el color*. Blume.
8. Meehan, L. (2004). *Creación de imágenes digitales: Guía visual para fotógrafos*. Blume.
9. Präkel, D. (2007). *Composición*. Blume.
10. Präkel, D. (2007). *Iluminación*. Blume.
11. Varis, L. (2009). *Fotografía digital para profesionales*. Anaya.
12. Young, N. S. (2012). *El sabor de una imagen: Fotografía de alimentos de alta calidad*. Anaya.