



UNIVERSIDAD DE ANTOFAGASTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA DE ASIGNATURA

ANTECEDENTES GENERALES

Carrera	Diseño Gráfico Mención Diseño Estratégico			
Nombre de la asignatura	Imagen Publicitaria			
Código de la asignatura	DGAD65			
Año/Semestre	2025/Segundo Semestre			
Coordinador Académico	Vannia Álvarez Moraga			
Equipo docente	Vannia Álvarez Moraga			
Área de formación	Profesional			
Créditos SCT	4			
Horas de dedicación	Actividad presencial	4	Trabajo autónomo	3
Fecha de inicio	Agosto 2025			
Fecha de término	Diciembre 2025			

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignatura teórica /práctica que pretende capacitar a los alumnos en la realización de fotografía digital publicitaria con el fin de optimizar la expresión gráfica, con una base técnica, estética y conceptual. Se aplicarán conocimientos, incorporando herramientas para la producción, edición y postproducción. Utilizando disciplinas siempre destinadas a la conceptualización, composición, iluminación y flujo de trabajo realizados en terreno, taller, estudio y laboratorio.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- ❖ Aplicar el conocimiento adquirido sobre el uso de herramientas a disposición: cámara digital, uso de luces y equipos para realizar una sesión profesional fotográfica.
- ❖ Crear una imagen publicitaria incorporando los conocimientos de edición y retoque digital

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad I: INTRODUCCIÓN A LA FOTOGRAFÍA

- Identificar los elementos esenciales de la fotografía

Unidad II: CONCEPTO DE EDICIÓN FOTOGRÁFICA, RETOQUE DIGITAL

- Técnicas de uso de equipo fotográfico.
- Técnica y estética en la fotografía publicitaria
- Conocer aspectos técnicos del uso de imágenes

Unidad III: CONSTRUIR COMPOSICIONES FOTOGRÁFICAS

- Utilizar técnicas de postproducción de imágenes digitales
- Diseñar composiciones en base al uso de imágenes digitales

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIA DIDÁCTICA / TÉCNICA DIDÁCTICA	PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN
Manejo de técnicas que permiten lograr un flujo de trabajo de calidad profesional para la creación y edición de imágenes digitales.	• Trabajos individuales y/o grupales	• Trabajos prácticos • Creación de piezas gráficas
Enfrentar técnica y conceptualmente el desarrollo de proyectos de fotografía publicitaria para su aplicación en medios impresos y digitales.	• Trabajos individuales y/o grupales	• Realización de trabajos individuales aplicando los elementos y técnicas aprendidas. • Creación de piezas gráficas mediante guía de ejercicios

BIBLIOGRAFÍA.

1. Diseño fotográfico. Gustavo Gili / Jeremy Webb
2. Guía completa de luz e iluminación en fotografía digital. Blume / Michael Freeman
3. Dirección de Arte. La cara oculta de la imagen publicitaria. Eresma & Celeste Ediciones / Eduardo Oejo Montano

CRONOGRAMA

DÍA(S):	HORARIO(S):	SALA(S):
- Miércoles - Viernes	15:00 – 18:15 08:30 – 11:45	Laboratorio/Taller / Estudio

Fecha/H ora	Contenidos	Descripción	Medio	Evaluación	Hrs. Autónomas
1 sesión	Diseñar composiciones en base al uso de imágenes digitales	Parámetros en la composición de imágenes: planos, perspectiva e iluminación.	Presentación digital	Diagnóstico	Para trabajo autónomo
2 sesión			Presentación digital	Formativa	Para trabajo autónomo
3 sesión			Presentación digital	sumativa	Para trabajo autónomo
4 sesión			Presentación digital	sumativa	Para trabajo autónomo
5 sesión			Presentación digital	Formativa	Para trabajo autónomo
6 sesión			Presentación digital	Sumativa	Para trabajo autónomo
7 sesión			Presentación digital	Sumativa	Para trabajo autónomo
8 sesión	Identificar las técnicas que se utilizan en la fotografía publicitaria	Técnicas de fotografía de productos, exteriores y modelos	Presentación digital	Sumativa	Para trabajo autónomo
9 sesión			Presentación digital	Sumativa	Para trabajo autónomo
10 sesión			Presentación digital	Sumativa	Para trabajo autónomo
11 sesión			Presentación digital	Formativa	Para trabajo autónomo
12 sesión			Presentación digital	Sumativa	Para trabajo autónomo
13 sesión			Presentación digital	Formativa	Para trabajo autónomo