

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

KOMERCIALNA FOTOGRAFIJA

2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- poznati in uporabljati učinke likovnega jezika pri prodajni politiki, obvladati spretnosti vodenja ter urejanja prostora;
- pripraviti vizualno atraktivne ponudbe oziroma predloge;
- obvladovati vizualna sporočila in komunikacije, seznaniti se z uporabo IKT (različna računalniška orodja) za doseganje zelenih ciljev.

3. PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

- pripravljanje pospeševanja prodaje z uporabo grafičnih postopkov, tiska, fotografije in računalniških orodij;
- upodabljanje, kreiranje vizualnih sporočil in komunikacij z grafičnimi orodji, napravami in s programi za obdelavo in zajem fotografij;
- pripravljanje motivov za profesionalno oblikovane in vizualno atraktivne ponudbe oziroma podobe;
- seznanjenje z IKT pri oblikovanju grafičnih sporočil in vizualnih komunikacij, pripravi za tisk kot pomoč za doseganje zelenih ciljev,
- predlaganje kreativne rešitve ob uporabi vizualnih sredstev v prodajnih prostorih za pospeševanje prodaje in stilsko ustrezen videz prostora glede na analize ciljne publike in navad kupcev,
- upoštevanje pravil in standardov (informacijske tehnologije) pri posredovanju in sprejemanju informacij,
- vodenje predstavitve z uporabo različnih medijev (tiskani material, računalniški programi, spletne strani, ...).

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<i>Študent:</i>	<i>Študent:</i>
<ul style="list-style-type: none">• pozna kriterije pri oblikovanju likovnih orodij pospeševanja prodaje, s katerimi se spodbudi in izzove hitrejši nakup;• se seznanja s fotografskimi tehnikami;• razlikuje med umetniško in komercialno fotografijo;• se seznanja s strokovnimi izrazi v fotografiji;	<ul style="list-style-type: none">• zna pripraviti različne motive za fotografiranje pri različnih svetlobnih razmerah;• prepozna različne komercialne in estetske učinke fotografije;

<ul style="list-style-type: none"> • zna pripraviti motive in izbrati kadre za fotografiranje; • zna odpraviti moteče elemente iz kadra; • pozna učinke različnih nastavitev za zajem fotografije; • zna z enostavnim fotoaparatom zabeležiti motiv in kader za lasten arhiv; • razume soodvisnost medijev; • razlikuje med že opredeljenimi modnimi videzi računalniško obdelanih fotografij in med kreativnim tvorenjem estetskega videza v skladu s sporočilnostjo; 	<ul style="list-style-type: none"> • prepoznava naravne svetlobne toke v prostoru in jih uporablja pri svojih motivih; • prilagaja barve motivov in motive prostoru ter upošteva navodila za fotografiranje v različnih svetlobnih razmerah, nadzorovanih in nenadzorovanih; • prilagaja barve motivov in motive prostoru ter upošteva navodila za fotografiranje z različnimi objekti; • preiskuje možne načine postavitve motiva; • analizira in izbira ustrezno obdelane slike glede na motiv, namen in celostno podobo določenega izdelka vizualne komunikacije;
<ul style="list-style-type: none"> • razume pomen resolucije slike; • razume računalniške barvne sisteme in aditivno mešanje barvnih svetlob; • analizira likovno in estetsko učinkovanje fotografske kompozicije; • razume različne postopke obdelave fotografije; • razume in vidi napake pri pripravi za fotografiranje (osvetlitev, kompozicija, ozadja, ...); • pozna načine in tehnike za učinkovito podajanje oglaševanih izdelkov; • pozna vlogo fotografije v oglaševanju; • razume učinkovanje obdelave motiva na čustveno dožemanje; • se zaveda nevarnosti manipulacije s fotografijo; • razume vlogo slike v podobi prostora; • razume pomen oblikovanja motiva med fotografiranjem; • seznanen se z okoliščinami, ki lahko vplivajo na spremembo načrtanega cilja: notranji in zunanji dejavniki; • razume vlogo improvizacije; 	<ul style="list-style-type: none"> • razlikuje fotografije med seboj glede na velikost slikovnih točk in medij objave že pred fotografiranjem; • predvidi prednosti in slabosti posamezne kompozicije, svetlobe, barve pri pripravi za fotografiranje; • rešuje probleme uporabe svetlobe: smer, kontrast, barve; • obvlada smisel proporcij in kompozicije v fotografiji; • načrtuje različne čustvene poudarke za različne motive; • izbere lokacijo fotografiranja; • izbere čas snemanja; • vključuje elektronske podobe v predstavitve in zunanje ali notranje prostorske ureditve; • izbere sodelavce za fotografiranje;
<ul style="list-style-type: none"> • zna analizirati in izbrati fotografsko gradivo za nadaljnjo obdelavo; • pozna metode za nadaljnjo obdelavo fotografij; • razume komunikacijsko razmerje: avtor, izdelek, naročnik. 	<ul style="list-style-type: none"> • utemelji in argumentira končni izdelek; • osvaja poklicno etiko; • razvije čut za dokumentiranje, hranjenje in širjenje informacij; • prepozna strokovnost in razvije kritičnost.

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 60 ur (36 ur predavanj, 24 ur laboratorijskih vaj).

Število ur samostojnega dela: 150 ur (30 ur za študij literature, 120 ur za zagovor vaj in projektno delo).

Višješolski študijski program: Snovanje vizualnih komunikacij in trženja (2011)
Predmet P20: komercialna fotografija