

<<广告摄影教程>>

图书基本信息

书名：<<广告摄影教程>>

13位ISBN编号：9787309050219

10位ISBN编号：7309050215

出版时间：2006-7

出版时间：复旦大学出版社

作者：王天平

页数：189

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;广告摄影教程&gt;&gt;

## 前言

在感性消费流行的今天，广告摄影以其信息传递的可视性、可信性、速效性和独特审美功能，在广告园地占有重要的一席之地。

加上电脑数码印刷、电脑写真、电脑喷绘技术的推广应用，令广告摄影作品的复制更是如虎添翼，有了更广大的展示空间而备受青睐。

不过，要创作一件能抓眼球、动人心，即有感染力及促销力的广告摄影作品，是很难的；若要编好广告摄影的教材，教好学生，那就更为不易了！在当今高等院系快速膨胀、超常扩招的情势下，相应的师资和教材、教学理念和教学方法的问题，无不凸显出来。

这在用人单位对设计类毕业生的评估上可以得到印证：“基本功还可以，就是创作不行。

”（死功夫多，活脑筋少）“花花点子不少，就是作品表现不到位。

”（动手技能差）“样样好像懂一点，就是一样拿得起来的也没有。

”（学得太散、太浮的“三脚猫”）“只知一门，其余一概不懂。

”（知识技能太过狭窄）用人单位普遍要求毕业生具有“两年以上的工作经验”，这当然是不切实际的，但他们要求毕业生经过短期适应性培训即可进入工作角色，则是合理的。

有眼光的企业，不希望学生成为老师技能的“批发商”，更期望毕业生具有快速“成长性”，即很快成为专业里手和业务骨干。

这就向教育界提出了更高的要求：“人才长基因”的植入。

这大概是高等教育的最高境界，也是高等教育的最大难点吧！何谓“人才成长基因”？简言之，学生一生受益的创造性思维方法、创作方法和超常的感悟力、创新力。

## <<广告摄影教程>>

### 内容概要

《广告摄影教程》综合作者多年的高校教学经验和广告摄影实践体会，融会当前广告摄影界的前沿理念和技术更新，围绕数码摄影潮流，系统而全面地介绍了广告摄影的基本专业知识、广告摄影器材的选择和使用、数码技术的优势与运用技巧、广告摄影的创意与视觉表现手法、商业摄影的综合要求与各门类题材的创作法则等，并就摄影美学、广告摄影师的职业修养、创新能力的培养等方面做了详尽讲解，不但注重读者实践动手能力的培养，也注重创作思维能力的提升。书中并附有大量精美图例及练习思考题，是一本深入浅出、应用性与前瞻性兼备的优秀广告摄影教材，不但适合广大高校广告专业师生使用，也适合广告摄影从业人员以及一般的相关爱好者作进修或参考之用。

## <<广告摄影教程>>

### 书籍目录

第一章 广告摄影概述第一节 摄影术的进步第二节 中外广告摄影简述第三节 广告摄影的特征与要求第二章 广告摄影器材的选择与使用第一节 相机与镜头原理第二节 感光器材的原理与作用第三节 照明原理与设备使用第四节 曝光原理与测光技术第五节 广告摄影的空间要求及其他辅助设备第三章 数码技术运用与广告摄影第一节 数码摄影技术优势第二节 数码图像的基本原理第三节 数码摄影器材第四节 数码合成中的一些常用手法第五节 广告摄影的印务技术第六节 数码相机使用注意事项第四章 职业广告摄影师的修养与创新性第一节 职业广告摄影的特点和要求第二节 广告摄影商业性、艺术性和技术性把握第三节 广告摄影师的风格体现第四节 职业摄影师对器材的选用能力第五节 广告摄影的作业流程第五章 广告摄影创意与视觉表现第一节 市场营销与广告摄影第二节 创意方法和基础第三节 创意的视觉化设计第四节 创意的审美体现第五节 创意的表现形式与效果第六章 商业摄影综合要求第一节 对品牌的理解第二节 消费者心理研究第三节 广告摄影的语言表现第四节 广告摄影文案的写作方法第七章 摄影美学第一节 摄影与美学第二节 摄影艺术审美的整体性把握第三节 世界摄影艺术的风格流派第八章 常见广告摄影题材的创作要点第一节 食品、饮料、保健品类第二节 商品与人物类第三节 家用电器类第四节 交通类第五节 饰品与化妆品类第六节 建筑类第七节 旅游类第八节 特殊效果摄影参考文献后记

## <<广告摄影教程>>

### 编辑推荐

本书综合作者多年的高校教学经验和广告摄影实践体会，融会当前广告摄影界的前沿理念和技术更新，围绕数码摄影潮流，系统而全面地介绍了广告摄影的基本专业知识、广告摄影器材的选择和使用、数码技术的优势与运用技巧、广告摄影的创意与视觉表现手法、商业摄影的综合要求与各门类题材的创作法则等，不但适合广大高校广告专业师生使用，也适合广告摄影从业人员以及一般的相关爱好者作进修或参考之用。

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>