

<<广告摄影>>

图书基本信息

书名：<<广告摄影>>

13位ISBN编号：9787102051055

10位ISBN编号：7102051050

出版时间：2010-8

出版时间：人民美术出版社

作者：董大明

页数：113

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>

## <<广告摄影>>

### 内容概要

广告摄影(Advertising

Photography)是现代社会商品宣传和经销活动中的重要组成部分。

以摄影表现广告的目的和创意,即摄影广告。

有了摄影广告就出现了视觉传达的艺术设计形式之一,即广告摄影。

广告摄影是广告设计与摄影表现的集合,几乎包容和跨越了摄影的所有领域。

广告摄影是以商品(小到纽扣,大到商品房)为主要拍摄对象的一种摄影,通过反映商品的形状、结构、性能、色彩和用途等特点,从而引起顾客的购买欲望。

广告摄影是传播商品信息、促进商品流通的重要手段。

本教材是高等院校艺术设计专业系列教材之一,编写由高等院校从事广告摄影教学的专业教师承担,主要讲述广告摄影的教学、广告摄影的设备和拍摄技法、广告摄影的创意与表现、广告摄影课题实验与案例等内容。

本教材内容丰富,图文并茂,注重教学与实验相结合。

适用于高等学校视觉传达、装饰设计、广告学、动画设计及摄影等专业学生学习和教师教学及参考。

## <<广告摄影>>

### 书籍目录

#### 第一章 点石成金——广告摄影的教与学

##### 第一节 教学必读

- 一、教学目的
- 二、教学内容
- 三、教学方法
- 四、学时安排
- 五、教学周历
- 六、作业要求
- 七、评分标准

##### 第二节 学生必看

- 一、学习广告摄影的目的
- 二、学习广告摄影的工具
- 三、学习广告摄影的基础
- 四、学习广告摄影的程序
- 五、学习广告摄影的媒介

#### 第二章 温故知新——广告摄影概述

##### 第一节 广告摄影的起源

##### 第二节 影响广告摄影发展的著名摄影家

##### 第三节 广告摄影的类别

- 一、产品类
- 二、企业、服务业类
- 三、商业、广告人像类

##### 第四节 广告摄影的特点与要求

- 一、广告摄影的特点
- 二、广告摄影的要求

##### 第五节 广告摄影与数字技术

#### 第三章 优器良材——广告摄影的器材设备

##### 第一节 影棚设备

- 一、影棚
- 二、影室闪光灯
- 三、影棚中的其他辅助设备

##### 第二节 摄影器材

- 一、照相机
- 二、镜头
- 三、感光材料
- 四、相机附件

##### 第三节 数字摄影处理设备

- 一、数字相机
- 二、计算机系统
- 三、扫描与输出

#### 第四章 技巧实践——广告摄影的拍摄技法

##### 第一节 广告摄影布光的原则

- 一、光源的性质(最能表现质感)
- 二、光源的亮度
- 三、光源的面积

## <<广告摄影>>

- 四、光源的距离
- 五、照射角度与光轴
- 六、限制光源
- 七、尽量使用反射光源
- 八、背景光源
- 九、总结

### 第二节 广告摄影常见题材的拍摄技法

- 一、食品
- 二、器皿
- 三、电器
- 四、时装
- 五、建筑外景摄影
- 六、内景摄影

### 第五章 独辟蹊径——广告摄影创意与表现

- 一、世界是平的，创意是尖的
- 二、养“兵”千日，用“兵”一时
- 三、你供“原料”，我加“调料”
- 四、“我”选料，“我”烹饪

### 第六章 真枪实练——广告摄影实践与案例分析

案例一：秀色可餐的匹萨和月饼

A.匹萨

B.月饼

案例二：绝对伏特加

案例三：惠普打印机

案例四：杂志封面拍摄

后记

## <<广告摄影>>

### 编辑推荐

《高等院校艺术设计专业系列教材：广告摄影》主要讲述广告摄影的教学、广告摄影的设备和拍摄技法、广告摄影的创意与表现、广告摄影课题实验与案例等内容。

《高等院校艺术设计专业系列教材：广告摄影》内容丰富，图文并茂，注重教学与实验相结合。

#### 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>