第一图书网, tushu007.com

<<广告摄影>>

图书基本信息

书名：<<广告摄影>>

13位ISBN编号：9787302217251

10位ISBN编号：7302217254

出版时间：2010-1

出版时间：清华大学出版社

作者：东海涛 编

页数：206

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

内容概要

本书结合中外广告摄影发展的新形势和新特点，针对高职高专院校广告和艺术设计专业应用型人才的培养目标，系统介绍了广告摄影创意、画面设计、光源控制、器材配置、大画幅相机的使用及操作技巧、曝光技术、拍摄技巧，世界顶极专业器材的技术特点与选购等广告摄影基础知识和相关业务技能与操作方法，并注重广告摄影从业者专业素质与道德修养的培养。

本书结构合理、案例翔实、图文并茂，强化职业特点、突出实用性，且采用新颖统一的格式化体例设计，力求教学内容和教材结构的创新。

本书既适用于高职高专院校广告艺术设计专业的教学，也可以作为广告企业和广告摄影公司从业者的职业教育与岗位培训教材，对于广大广告摄影自学者也是一本非常有益的参考读物。

书籍目录

学习要点及目标技能要求本章导读第一章　广告摄影创意　第一节　创意决定广告摄影的成败　一、摄影是传递信息最便捷的工具　二、广告摄影的内涵　三、广告摄影创意的内涵　四、创意是第一位的　第二节　广告摄影创意的商业性把握　一、广告摄影创意的一般性原则　二、广告摄影创意的商业性规范过程　第三节　广告摄影创意的艺术性把握　一、创意设计需要把握的一般原则　二、创意具体的表现形式　第四节　伟大的创意从何而来　一、思维模式　二、广告摄影美学　第五节　从事广告摄影应具备的修养和素质　一、广博的知识　二、深厚的艺术修养　三、丰富的生活积累　四、高超的技术和技巧　本章小结　思考题　实训课堂　学习要点及目标　技能要求　本章导读第二章　广告摄影的画面设计　第一节　摄影画面的写实　一、摄影画面写实性概说　二、广告摄影画面的写实　三、广告摄影画面的写实与绘画的区别　四、广告摄影草稿的运用　五、广告摄影的写实方法　第二节　摄影画面的写意　　一、什么是写意　二、广告摄影常用的写意方法　第三节　摄影画面的暗喻　一、构图方面　二、色彩方面　第四节　公益广告　本章小结　思考题　实训课堂　学习要点及目标　技能要求　本章导读第三章　广告摄影的光源　第一节　光的性质　一、光线及光束　二、光量的递减　三、光的吸收　四、光的反射　五、光的传导　第二节　大型闪光灯系列灯具　一、闪光灯的工作原理　二、充电时间　三、闪光持续时间　四、实际闪光持续时间　五、减少闪光持续时间　第三节　轻巧型闪光灯与电源箱　一、轻巧型闪光灯　二、单灯头与电源箱　三、闪光管　四、造型灯　五、闪光灯、造型灯输出选择旋钮　六、连闪向步装置　七、过载和短路的保护　八、回电装置　九、其他性能　第四节　闪光灯附件及作用　一、反光罩　二、反光伞　三、柔光箱　四、超大型柔光箱……第四章　广告摄影器材配置第五章　大画幅相机的操作及使用技巧　第六章　广告摄影曝光及其技巧第七章　广告摄影的拍摄技巧附录参考文献

第一图书网, tushu007.com

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