<<商业摄影>>

图书基本信息

书名：<<商业摄影>>

13位ISBN编号：9787811059601

10位ISBN编号：7811059606

出版时间：1970-1

出版时间：中南大学出版社

作者：陶新 编

页数：96

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>

<<商业摄影>>

前言

目前,高等职业技术教育在我国蓬勃发展,为了适应艺术设计高等职业技术教育的需要,我们特编写了《商业摄影》一书。

高等职业技术教育的培养目标是为了满足不同行业对具有岗位实际操作能力和技术能力人才的需求,因而教材的编写要强调基础知识与实际的商业摄影项目相结合,强调技能训练。

本书的内容主要讲述了商业摄影的发展概述、数码相机应用、摄影用光、摄影构图、拍摄流程、布光方法等等。

本书编写的特点是遵循学生学习规律,首先让学生学习了解一定的商业摄影知识,并经过分步骤分阶段的训练,逐步掌握规范的商业摄影技法。

每一章前提出该章的教学目标、重点难点,然后进行基础知识讲解,接着进行训练,同时这也是教师指导的重点,每次训练都布置课后作业,使学生对所学的知识 and 技能在练习中得到巩固,从而加深学习效果。

本书的目标是让学生掌握商业摄影的基本技能。

其总体教学思路是:打破以摄影理论知识传授为主要特征的传统学科课程模式,转变为以具体商业摄影工作任务为中心组织课程内容,并让学生在完成具体拍摄项目的过程中,学会完成相应工作任务,并构建相关的创意知识、造型知识、色彩知识、构成知识、灯光知识等,树立安全、质量、成本、效益的理念,发展职业能力。

教程内容突出对学生商业摄影的创意与表现能力的训练,理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行,同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习及技能知识学习的需要。

参与本书编写的老师有:辽宁美术职业学院陶新老师,邯郸职业学院张浩老师、辽宁抚顺职院朱霖老师,山东丝绸纺织学院石向飞老师,荆州职业学院王宗元老师,陶新老师担任主编并负责全书的统稿。

在本书的编写过程中,得到了辽宁美术职业学院各级领导的支持与帮助,在此表示衷心的感谢。

另外,要感谢为本书提供照片的卢杨、马书君、韩超、王法等,正是大家的鼎力帮助,才使本书得以完成。

由于编写时间仓促,书中难免有错误和不当之处,敬请专家和读者提出宝贵意见,以便本书的不断完善和修改。

<<商业摄影>>

内容概要

《商业摄影》编写的特点是遵循学生学习规律，首先让学生学习了解一定的商业摄影知识，并经过分步骤分阶段的训练，逐步掌握规范的商业摄影技法。

每一章前提出该章的教学目标、重点难点，然后进行基础知识讲解，接着进行训练，同时这也是教师指导的重点，每次训练都布置课后作业，使学生对所学的知识 and 技能在练习中得到巩固，从而加深学习效果。

《商业摄影》的目标是让学生掌握商业摄影的基本技能。

其总体教学思路是：打破以摄影理论知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以具体商业摄影工作任务为中心组织课程内容，并让学生在完成具体拍摄项目的过程中，学会完成相应工作任务，并构建相关的创意知识、造型知识、色彩知识、构成知识、灯光知识等，树立安全、质量、成本、效益的理念，发展职业能力。

教程内容突出对学生商业摄影的创意与表现能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习及技能知识学习的需要。

参与《商业摄影》编写的老师有：辽宁美术职业学院陶新老师，邯郸职业学院张浩老师、辽宁抚顺职院朱霖老师，山东丝绸纺织学院石向飞老师，荆州职业学院王宗元老师，陶新老师担任主编并负责全书的统稿。

在《商业摄影》的编写过程中，得到了辽宁美术职业学院各级领导的支持与帮助，在此表示衷心的感谢。

另外，要感谢为《商业摄影》提供照片的卢杨、马书君、韩超、王法等，正是大家的鼎力帮助，才使《商业摄影》得以完成。

由于编写时间仓促，书中难免有错误和不当之处，敬请专家和读者提出宝贵意见，以便《商业摄影》的不断完善和修改。

<<商业摄影>>

书籍目录

第一章 商业摄影概述第一节 商业广告摄影简史第二节 商业摄影的定义第三节 商业摄影的特征第四节 商业摄影的类别第二章 商业摄影器材第一节 传统相机的种类及结构第二节 数码相机的种类及结构第三章 数码相机基本技术应用第一节 镜头的应用第二节 感光度与白平衡及曝光控制第四章 商业摄影用光与构图第一节 商业摄影用光第二节 摄影构图第五章 商业摄影项目教学第一节 商业摄影的拍摄流程第二节 商品摄影广告创意的表现方法第三节 学生项目练习：吸光体第四节 学生项目练习：反光体第五节 学生项目练习：透明体第六章 商业摄影项目实践第一节 食品类商业摄影设计与拍摄第二节 时尚人物类商业摄影设计与拍摄第三节 建筑风光摄影第七章 作品赏析参考文献

<<商业摄影>>

章节摘录

第二节商业摄影的定义 商业摄影是以商品为主要拍摄对象并服务于商业传播活动的一种摄影，由于应用广泛，它已成为一种以现代科技为基础、应用视觉传达原理、结合设计理念的商业摄影文化。

商业摄影不同于其他门类的艺术摄影，具有很明确的从属性与目的性。

虽然商业摄影不是以审美为最终目的，但它却是一门独立的艺术形式。

商业摄影对消费者来讲，既是一种审美过程，又是感知某种商品或商业活动的开始。

对于商家来说，则是针对特定观众的审美情趣、喜好和愿望以及大众心理，通过具体的视觉形象在网络、户外、报纸、杂志等媒体中进行宣传的摄影插图。

它以强烈的直观性和可信性，将企业经营理念及商品的特性和内容传达给消费者，从而达到商业活动所追求的促销目的。

商业摄影作品成功与否的标准在于其对消费者影响力的大小，即商品促销业绩的大小，这说明商业摄影具有很强的功利性，这种明确的功利性正是广告摄影的本质。

当前，摄影已经全面进入现代设计艺术领域。

作为一种艺术创作手段，运用线条、光线和影调为造型元素，以纯粹的形象语言，开辟了一个新的视觉设计领域。

摄影是现代平面插图的重要基础之一，早期的实验摄影明显受到了现代艺术的影响。

19世纪以来，人们对摄影技术、摄影设备、摄影器材所进行的种种探索，为20世纪的平面设计开辟了一个崭新的天地，促进了现代平面设计的发展。

现代艺术自诞生以来，一直在探索新的表现媒介，寻找改革和突破的可能性。

摄影作为新的媒介，自然成为现代艺术可发展的媒介之一，从而确定了本身固定的地位。

例如，现代艺术家采用照片拼贴手法后，使原来仅仅是为了记录真实世界的摄影也受到现代艺术运动的影响。

摄影师已经不满足于把摄影作为单纯记录现实世界的手段，而更多地融入了个人情感和意念，因此现代艺术直接推动了摄影艺术的发展，摄影也就成为现代艺术中的一个特殊分支，可以说它们之间的关系是相辅相成的。

摄影在现代广告设计和其他平面设计领域中已占有一个非常重要的地位。

特别是在当代平面设计之中，摄影的地位更是举足轻重。

没有摄影作为基本传播手段，没有摄影成为平面设计的组成部分，当代平面设计的表现力和冲击力将会大大削弱。

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>