上海市高等教育自学考试

**艺术设计专业**

**（独立本科段）（B050437）**

广告摄影

**（理论部分7202）（技能部分7203）**

**自学考试大纲**

**（合订本）**

上海师范大学编

上海市高等教育自学考试委员会组编

2015年8月

上海市高等教育自学考试

广告摄影

自学考试大纲

第一篇：理论部分考试大纲（7202）

Ⅰ、课程性质及其设置的目的和要求

（一）本课程的性质及设置的目的

《广告摄影》是艺术设计专业本科教育的专业理论课程之一。它是以广告摄影的基本概念、基本知识、基本应用为基础，以广告摄影理论为导向，并就摄影美学、摄影技法、创新能力培养等方面进行较详尽的分析，提供了完整的理论基础及视点与方法。

设置课程的目的，是使未来从事广告摄影及其相关设计工作的学生，对广告摄影的基础专业知识、器材的选择和使用、数码技术的优势与运用技巧、创意与视觉表现手法，以及各门类题材的创作法则等进行深入学习与分析，真正理解和掌握广告摄影的基本理论及规律，强化和提高审美及实践能力，并将理论和实践能力完美的结合起来，充分运用于广告摄影的各类表现方式和形式中。

（二）本课程的基本要求

本课程内容具有理沦性和实践性相结合的特点，可以使学：了解广告摄影的形式与规律，提升和强化设计审美与实际操作能力，并将获得的摄影知识具体运用在广告摄影的实践中，将被动的理论转化为主动的创造性思维及实际操作能力。通过本课程的学习，应考者应达到以下要求：

1、了解广告摄影的特征与要求。

2、基本理解广告摄影器材的选择与使用。

3、重点掌握数码技术的优势与运用技巧。

4、重点理解广告摄影创意与视觉表现。

5、重点理解摄影美学原理。

6、重点了解常见广告摄影题材的创作要点。

（三）与相关课程的联系

本课程是艺术设计本科的专业课程之一，它与《广告创意》《招贴设计》等课程联系密切，是艺术设计专业基础理论知识在平面设计实践中的应用。

Ⅱ、考核内容和考核目标

1. 广告摄影的定义、特性与评价

一、学习的目的和要求

通过本章节的学习，理解摄影技术的进步带来摄影器材演变的意义；了解世界广告摄影的风格演变，以及广告摄影的发展历程：理解广告摄影的特征与要求的相关知识。

二、课程内容

第一节广告摄影的定义与特性

（一）广告摄影的简明界定

（二）广告摄影的文化地位

（三）广告摄影的特征

第二节广告摄影的鉴赏规律

（一）从技术角度鉴赏广告摄影

（二）从审美功能欣赏广告摄影

（三）从商业效应欣赏广告摄影

第三节现代广告摄影评价与国际化

（一）现代广告摄影的评价标准

（二）从国际化的角度谈广告摄影

**三、考核知识点**

（一）广告摄影的定义与特性

（二）广告摄影的鉴赏规律

（三）现代广告摄影评价与国际化

**四、考核要求**

（一）广告摄影的定义与特性

1、识记：（1）广告摄影的简明界定

2、领会：（1）广告摄影的文化地位

（2）广告摄影的特征

（二）广告摄影的鉴赏规律

1、领会：（1）从技术角度鉴赏广告摄影

（2）从审美功能欣赏广告摄影

（3）从商业效应欣赏广告摄影

（三）现代广告摄影评价与国际化

1、识记：（1）现代广告摄影的评价标准

2、领会：（1）从国际化的角度谈广告摄影

**五、助学建议**

本章为本课程的基础部分，主要介绍了广告摄影的定义与特征、鉴赏规律、评价与国际化。在学习过程中，应注意对广告摄影特征与要求的理解，注意理论联系实际。

第二章 广告摄影的缘起和发展

一、学习的目的和要求

通过本章节的学习，理解摄影技术的进步带来摄影器材演变的意义；了解世界广告摄影的风格演变，以及中国广告摄影的发展历程。

二、课程内容

第一节广告摄影的缘起和发展

（一）从传播角度看广告摄影的技术发展

（二）广告摄影在技术形式上的转变过程

（三）广告摄影的风格演变过程

第二节现代数码科技对广告摄影的推进

（一）数码技术与广告摄影的关系

（二）数码技术在广告摄影中的现状

三、考核知识点

（一）广告摄影的缘起和发展

（二）现代数码科技对广告摄影的推进

**四、考核要求**

（一）广告摄影的缘起和发展

1、领会：（1）从传播角度看广告摄影的技术发展

（2）广告摄影在技术形式上的转变过程

（3）广告摄影的风格演变过程（1.写实性广告摄影 2.情节性广告摄影 3.好莱坞风格的广告摄影）

（二）现代数码科技对广告摄影的推进

1、领会：（1）数码技术与广告摄影的关系

（2）数码技术在广告摄影中的现状

**五、助学建议**

本章节主要介绍广告摄影的缘起和发展以及现代数码科技对广告摄影的推进。建议在学习过程中，注意掌握广告摄影的风格演变过程，并深入理解，以便今后的运用。

第三章 市场营销与广告摄影

一、学习的目的和要求

通过本章节的学习，了解市场营销与现代整合营销传播理论。理解市场营销与广告摄影的关系。掌握广告摄影的作用与广告摄影的媒介分类与特征、广告摄影作业流程。要求以理论为指导，结合实例掌握。

二、课程内容

第一节市场营销与广告摄影

1. 市场营销概念
2. 市场营销与广告
3. 现代整合营销传播理论
4. 市场营销与广告摄影的关系

第二节广告摄影的作用

1. 直观的信息传播功效
2. 提高人们的审美意识
3. 在商业上的优越性

第三节广告摄影的媒介分类与特征

第四节广告摄影作业流程

三、考核知识点

（一）市场营销概念

（二）市场营销与广告

（三）现代整合营销传播理论

（四）市场营销与广告摄影的关系

（五）广告摄影的作用

（六）广告摄影的媒介分类与特征

（七）广告摄影作业流程

**四、考核要求**

（一）市场营销概念

1、识记：市场营销定义

（二）市场营销与广告

l、领会：市场营销与广告的关系

（三）现代整合营销传播理论

1、识记：（1）现代整合行销理论基本界定

2、领会：（1）整合行销的优势

（四）市场营销与广告摄影的关系

1、领会：（1）市场营销与广告摄影的关系

（五）广告摄影的作用

1、领会：（1）直观的信息传播功效

（2）提高人们的审美意识

（3）在商业上的优越性

（六）广告摄影的媒介分类与特征

l、识记：（1）常用的媒介分类

2、领会：（1）常用的媒介特点和运用广告摄影

（七）广告摄影作业流程

l、识记：（1）广告摄影作业流程一般流程

五、助学建议

本章节主要探讨市场营销与现代整合营销传播理论。理解市场营销与广告摄影的关系。掌握广告摄影的作用与广告摄影的媒介分类与特征、广告摄影作业流程。在学习过程中应理解它们的基本概念及它们之间的内在联系，掌握它们的基本原理及其基本规律。

第四章 广告摄影创意

一、学习的目的和要求

通过本章节的学习，了解广告摄影与艺术摄影的差异，掌握广告摄影的商业性、艺术性要求，掌握广告摄影创意的方法、视觉化设计与审美心理，井能与实践相结合。

**二、课程内容**

第一节广告摄影的特殊性

（—）广告摄影与艺术摄影的差异

（二）广告摄影的商业性、艺术性要求

第二节广告摄影创意

（—）创意方法和基础

（二）创意的视觉化设计

（三）创意的审美心理

第三节广告摄影表现战略与形式

（一）战略把握

（二）表现形式

**三、考核知识点**

（一）广告摄影的特殊性

（二）广告摄影创意

（三）广告摄影表现战略与形式

**四、考核要求**

（一）广告摄影的特殊性

1、领会：广告摄影的八点特殊性。

（二）广告摄影创意

1、识记：（1）普遍的几种意象表现方法

2、领会：（1）广告摄影视觉语言设计

（2）创意的审美心理

（三）广告摄影表现战略与形式

1、识记：（1）广告表现战略定义

2、领会：（1）八大表现形式

**五、助学建议**

本章内容主要涉及市场营销与广告摄影的关系，创意方法、创意的视觉化表现和创意的审美体，并详尽地介绍了创意的多种表现形式，因此通过学习，要将其规律性的知识应用到实践中去。

第五章 广告专业摄影师

一、学习的目的和要求

通过本章节的学习，了解职业广告摄影的特点和要求，掌握广告摄影的商业性、艺术性和技术性等的基本特点，井能与实践相结合。

二、课程内容

第一节广告摄影师的职业特征

第二节广告摄影师的修养与素养

第三节广告摄影商业性与艺术性的把握

（一）技术标准

（二）艺术标准

第四节广告摄影师对用光、构图、色彩的理解

（一）传统的构图

（二）超常的构图

（三）运光色彩

第五节广告摄影师的个人风格

（一）独特性

（二）时尚化

第五节广告摄影师对器材的运用能力

三、考核知识点

（一）广告摄影师的职业特征

（二）广告摄影师的修养与素养

（三）广告摄影商业性与艺术性的把握

（四）广告摄影师对用光、构图、色彩的理解

（五）广告摄影师的个人风格

**四、考核要求**

（一）广告摄影师的职业特征

1、识记：（1）广告摄影师的职业基本条件

（二）广告摄影师的修养与素养

1、领会：（1）与人合作的过程中待人接物的要点

（三）广告摄影商业性与艺术性的把握

1、领会：（1）技术标准

2、识记：（1）艺术标准

（四）广告摄影师对用光、构图、色彩的理解

1、识记：（1）构图的基本手段

2、领会：（1）传统的构图

（2）超常的构图

（3）运光色彩

（五）广告摄影师的个人风格

1、领会：（1）独特性

（2）时尚化

**五、助学建议**

本章的学习过程中，应注意对职业广告摄影师的要求，掌握广告摄影商业性、艺术性和技术性的基本规律，结合理论进行实践操作。

第六章摄影器材的选择与使用

一、学习的目的和要求

通过本章节的学习，了解摄影器材和感光器材的原理与

作用；理解照明原理与设备使用：掌握摄影曝光原理与测光技术。要求在理解的基础上将理论结合实际运用。

二、课程内容

第一节相机与镜头

（一）135型相机

（二） 120型相机

（三）大型机背取景相机

第二节照明光源设备

（一）照明光源的基本特征

（二）大型闪光灯的基本结构

第三节感光胶片

1. 胶片的基本分类
2. 专业胶片的特性
3. 其他类型胶片

第四节测光与曝光

（一）测光工具

（二）测光的基本方法

（三）确定曝光值的几种方法

（四）获得准确曝光的几个要点

第五节广告摄影棚的其他设备装置

1. 滤光片
2. 三脚架
3. 工作台和背景
4. 反光材料

第六节基本布光技术基础

1. 光的基本特性
2. 熟悉基本的光位
3. 一般被摄体的基本布光
4. 吸收型被摄体
5. 传导型被摄体
6. 反射型被摄体

**三、考核知识点**

（一）相机与镜头

（二）照明光源设备

（三）感光胶片

（四）测光与曝光

（五）广告摄影棚的其他设备装置

（六）基本布光技术基础

**四、考核要求**

（一）相机与镜头

1、识记：（1）135型相机

（2）120型相机

（3）大型机背取景相机

（二）照明光源设备

1、识记：（1）照明光源的基本特征

（2）大型闪光灯的基本结构

（三）感光胶片

1、领会：（1）胶片的基本分类

（2）专业胶片的特性

（四）测光与曝光

1，领会：（1）测光工具

（2）确定曝光值的几种方法

（3）获得准确曝光的几个要点

2、简单应用：测光的基本方法

（五）广告摄影棚的其他设备装置

1、领会：（1）滤光片

（2）三脚架

（3）工作台和背景

（4）反光材料

（六）基本布光技术基础

1、识记：（1）光的基本特性

2、领会：（1）基本的光位

（2）一般被摄体的基本布光

（3）吸收型被摄体

（4）传导型被摄体

（5）反射型被摄体

**五、助学建议**

本章节主要探讨摄影科材的选择和使用，从相机、胶卷、照明器材、摄影空间环境，到感光、曝光、测光等的原理逐一介绍。建议在学习过程中，注意掌握其基本概念和原理，并深入理解，以便今后的运用。

第七章 数码广告摄影

一、学习的目的和要求

通过本章节的学习，了解数码摄影技术的优势。理解数码图像的基本原理、成像方式。掌握数码相机的工作原理、数码合成中的一些常用手法和广告摄影的印务技术。要求以理论为指导，结合实践掌握数码摄影的技术。

二、课程内容

第一节数码影像的记录

（一）线阵（LinearArrays）扫描方式

（二）面阵（AreaArrays）单次曝光

（三）面阵多次曝光（Multi-shot）

第二节感光半导体

（一）MOS半导体与CCD

（二）CMOS半导体和传感器的革新

第三节色彩的实现

（一）拜尔图案（BayerPattern）

（二）直接影像传感器（DirectImageSensor）

第四节数码相机的构造和使用

（一）135单反数码相机

（二）中片幅与大片幅数码相机

第五节图像处理软件和RAW文件

（一）数码摄影中软件的功能和分类

（二）数码图像文件格式

（三）RAW文件格式

第六节数码暗房中的常用概念和方法

（一）直方图

（二）色阶调整

（三）曲线调整

第七节数码合成技术

（一）图像合成的发展

（二）源图像的获得

（三）源图像获得时应考虑的因素

（四）数码合成中的一些常用手法

第八节广告摄影的印务

（一）图像输入

（二）平面广告的输出

**三、考核知识点**

（一）数码影像的记录

（二）感光半导体

（三）色彩的实现

（四）数码相机的构造和使用

（五）图像处理软件和RAW文件

（六）数码暗房中的常用概念和方法

（七）数码合成技术

（八）广告摄影的印务

**四、考核要求**

（一）数码影像的记录

1、领会：（1）线阵扫描方式

（2）面阵单次曝光

（3）面阵多次曝光

（二）感光半导体

1、领会：（1）MOS半导体与CCD

（2）CMOS半导体和传感器的革新

（三）色彩的实现

1、领会：（1）拜尔图案

（2）直接影像传感器

（四）数码相机的构造和使用

1、领会：（1）传感器尺寸问题

（2）噪声问题

（3）连续拍摄问题

（4）存储和电源问题

（5）灰尘和清洁问题

（6）数码后背的结构和使用

（7）片幅的问题

（五）图像处理软件和RAW文件

1、领会：（1）数码摄影中软件的功能和分类

（2）RAW文件的价值

2、识记：（1）数码图像文件格式

（2）RAW文件格式

（六）数码暗房中的常用概念和方法

1、领会：（1）直方图

（2）色阶调整

（3）曲线调整

（七）数码合成技术

1、领会：（1）图像合成的发展

（2）源图像的获得

（3）源图像获得时应考虑的因素

（4）数码合成中的一些常用手法

（八）广告摄影的印务

1、领会：（1）图像输入

（2）平面广告的输出

五、助学建议

本章节主要探讨数码摄影技术的原理利操作技巧等相关内容，在学习过程中应理解它们的基本概念及它们之间的内在联系，掌握它们的基本原理及其基本规律。

第八章 常见广告摄影题材的创作要点

一、学习的目的和要求

通过本章节的学习，掌握不同的广告摄影拍摄类别的技术要点。要求以理论为指导，结合实践掌握技术。

二、课程内容

第一节交通类

1. 拍摄程序
2. 工作要点

第二节家用电器类

1. 家庭用电器的分类
2. 构图设计

第三节食品类

1. 基本布光要求
2. 特殊技法

第四节饮料类

1. 构图设计
2. 技术上的窍门

第五节人像及服饰类

1. 抓取神态
2. 设计姿势
3. 布光要求
4. 表现质感
5. 安排背景

第六节建筑和工业摄影

1. 外景建筑摄影
2. 工业建筑摄影
3. 建筑内景拍摄
4. 建筑内景照明

**三、考核知识点**

（一）交通类

（二）家用电器类

（三）食品类

（四）饮料类

（五）人像及服饰类

（六）建筑和工业摄影

**四、考核要求**

（一）交通类

1、领会：（1）拍摄程序

（2）工作要点

（二）家用电器类

1、领会：（1）家庭用电器的分类

2、综合应用：构图设计

（三）食品类

1、领会：（1）基本布光要求

（2）特殊技法

（四）饮料类

1、领会：（1）构图设计

（2）技术上的窍门

（五）人像及服饰类

1、领会：（1）抓取神态

（2）设计姿势

（3）布光要求

（4）表现质感

（5）安排背景

2、简单应用：人像及服饰类布光

（六）建筑和工业摄影

1、领会：（1）外景建筑摄影

（2）工业建筑摄影

（3）建筑内景拍摄

（4）建筑内景照明

**五、助学建议**

通过具体的实例教学，掌握广告摄影中常见的几种拍摄对象的一般创作方法，结合理论进行实践操作。

Ⅲ、有关说明与实施要求

一、关于考核目标的说明

本课程依本大纲为根据进行考核，按照识记、领会、简单应用、综合应用四个层次规定各章考核点的范围和考核要求。

（一）识记：要求考生了解木课程的基础知识，即有关专业的名词、概念、原理、知识的涵义，并能正确地认识和表述。

（二）领会：要求在识记的基础上．能全面把握本课程中的基本概念、基本原理、基本原则，基本方法的内容，并能加以区别与联系．同时又能正确表述。

（三）简单应用：要求在领会的基础上，能应用本课程基本知识、基本原理、基本原则，基本方法中的知识，简单地分析和解决简单理论问题或实际应用问题。

（四）综合应用：要求能透过事实现象对问题进行深入分析，找出问题的根源，并能提出合理的解决措施。

**二、关于自学教材的说明**

自学教材：《当代广告摄影教程（第三版）》，王天平等编著，上海人民美术出版社，2010年1月第1版

**三、自学方法指导**

本课程是艺术设计理论课程之一，具有理论性及应用性强等特点，学习时应注意如下各点：

（一）最重要的是，在大纲指导下，认真阅读和理解教材，认真阅读是理解和记忆的基础，正确理解和牢固记忆才可能做简单应用或综合应用。

（二）阅读和理解及记忆，要注意知识和概念或原理、原则、方法的正确性、系统性灵活性和应用性、操作性。

1、正确性：就是概念、含义的科学性，正确掌握知识，才能正确判断，解释、简述、比较、分析和应用。

2、系统性：就是要注意这门学科整个框架体系，每一章的学习注意梳理归纳、综合分析、比较研究，有了这个基础，才能真正理解、记忆和分析、应用。

3、灵活性；书本上的知识首先要理解、记忆，进而融会贯通、触类旁通、举一反三，并联系实际或实践灵活应用。

4、应用性：学习的目的的在于应用，要注意将设计美学的知识、原理、原则、方法．运用到现代设计系统中去，将知识转化为能力，而且在应用中又学到新的知识。

（三）在学习过程中要注意思考、记忆、论述、比较分析、综合应用能力的训练。

1、思考：这是综合、记忆、论述、比较、分析、应用的前提，不会思考，思路混乱，难以正确论述、分析比较和综合应用。

2、记忆：许多知识、原理、原则、方法等必须记忆，不去记忆无法归纳、综合、比较、分析，更无法论述和应用；所谓重能力培养，不能理解为无知识可能培养出能力。

3、论述：基础理论、基本原则和方法．更善于联系实际论述，做到有观点、有资料、有分析。

4、比较分析：要注意各种知识、概念、原理、原则、方法的比较，有比较才能有分析，有分析才能有升华。

5、应用：要注意将点、面知识组合应用，宏观和微观要结合，须在简单应用和综合应用两方面加以训练。

四、对社会助学的要求

1、应熟知考试大纲对课程所提出的总的要求和各章的知识点；

2、应掌握各知识点要求达到的层次，并深刻理解各知识点的考核要求。

3、对应考者进行辅导时，应以指定的教材为基础、以考试大纲为依据，不要随意增删内容，以避免与考试大纲脱节。

4、辅导时应对应考者进行学习方法的指导，提倡自学应考者”认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动提出问题，依靠自己学懂”的学习方法。

5、辅导时要注意基础、突出重点，要帮助自学应考者对课程内容建立一个整体的概念，对应考者提出的问题，应以启发引导为主。

6、注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导应考者逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题、分析问题、做出判断和解决问题。

7、要使应考者了解试题难易与能力层次高低两者不完全是一回事．在各个能力层次中都存在着不同难度的试题。

五、对于命题考试的要求

1、覆盖面与重点章节

本课程考试命题以大纲为依据。试卷试题的选定与组配要覆盖本大纲涉及的考核知识点和考核要求，井突出第一、第三、第五、第六重点章节，体现本课程的基本内容。

2、试卷能力层次比例

试卷对知识与能力要求结构必须合理。一般识记占30 %领会占30％，简单应用占20％，综合应用占20％。

3、试卷难易比例试题难度分为易、较易、较难、难四个等级。一般比例2：3：3：2。各个知识与能力层次中都有偶难以度不同的试题。

4、题型

本课程考试题型分为单项选择题、名词解释题、简答题、论述题。

（五）考试形式、考试时间

课程应用书面闭卷考试。考试时间为90分钟。

附录：题型举例

**—、单项选择题**

1、色温是表示光源、光谱成分的概念，是表示光线颜色的一种标志。不同的光源呈现不同的颜色，一般运用光源色温为：日光型（）K。

A．5500B．3200

C．6500 D.3400

**二、名词解释题**

1、135相机

**三、简答题**

1、数码成像的基本原理是什么？

**四、论述题**

1如何看待市场营销与广告摄影的关系?

第二篇：技能部分考试大纲（7203）

Ⅰ课程性质及其设置的目的和要求

（一）本课程的性质与设置的目的

《广告摄影》是艺术设计专业本科段教育的专业课程之一。本课程是以广告摄影的基本概念、摄影特征、器材使用等为基础，以广告摄影的审美原理、创意方法和视觉表现形式为重点，注重理论和实践的结合，强调实用性。

设置课程的目的，是使未来从事广告摄影及其相关设计工作的学生，通过本课程的学习了解广告摄影的基本概念，理解市场营销与广告摄影的关系，依循审美原理，掌握摄影技术和广告摄影创意原则的运用；基本掌握各种不同广告摄影题材、不同商品的特性和创作形式，及时关注国内外的广告摄影的新动向和新手法、新技术的发展，井具备独立完成多种题材的广告摄影拍摄能力。

（二）本课程的基本要求

本课程内容具有理论性和实践性相结合的特点，以理论为指导，强调实际设计能力和操作能力，使学生了解广告摄影的基本理论和创意原则，理解在现实中广告摄影的具体要求和应用，掌握传统摄影和数码摄影发展的一些基本概况等，从而拓宽知识视野，提高自身的审美能力和创作能力。通过本课程的学习，应考者应达到以下要求：

1、了解广告摄影的新概念、目的和原则，以及未来发展趋势；

2、理解并掌握广告摄影的创意方法和视觉表现，以及审美原理在广告摄影中的运用；

3、掌握摄影的器材使用和拍摄技巧，并能够根据摄影题材的不同类型、不同内容选择适当的创作形式与风格。

4、具备熟练的计算机操作能力。

（三）与相关课程的联系

本课程是艺术设计专业的核心课程，与《广告设计》《图形设计》等专业课程有着密切的联系。在学习此课程前，应掌握构成原理、广告设计、印刷知识、计算机运用等基础知识和技能。

Ⅱ、考核内容与考核目标

**一、学习目的和要求**

通过本课程的学习，使学生能够理解广告摄影的基本概念和审美特征，掌握广告摄影原理和视觉要素的合理运用；能够对不同类型的地材内容选择恰当的创作形式和风格，具备热练的计算机操作能力和独立完成创作的能力。

**二，考核知识点**

从广告摄影的要求分析，考核点可以分为：器材使用和广告摄影的创作两个部分。

1．器材使用：

①数码撮影器材

a．专业数码器材

b．数码相机的工作原理

c．数码系统使用

②数码相机使用注意事项

a．正确持惺数码照相机

b．数码相机的工作原理

c．校正色彩

d．确定快门速度和光圈值

e．正确使用闪光灯模式

f．图像的下载和保存

2．广告摄影的创作

①创意的审美体现

a.审美体验

b.创意构思

c艺术表达

②创意的表现式与效果

a．个性特色设计

b．间接陪衬设计

c．幽默夸张设计

d．联想体验设计

e．主体情感设计

f．象征关联设计

g．系列组合设计

h．要素组合设计

③摄影艺术审美的整体性把握

a．直觉性

b．定向性

c．想象性

d．情感性

e．理智性

④常见广告摄影题材的创作要点

a．交通类

b．家用电器类

c．食品类

d．饮料类

e．人像及服饰类

f．建筑和工业摄影

⑤数码合成中的一些常用手法

a．不同来簿的对象直接剪贴

b．透明与交叠

c．物体表面肌理的替换

d．变形

e．改变色彩层次和影调关系

f．形体重构

g．特殊效果滤镜

h．结合电脑绘画或三维虚拟现实的合成

**三、考核要求**

按照广告摄影的要求，学生应能根据摄影题材的不同类型和不同内容确定创作形式和风格，根据广告摄影不同类型的题材的特性独立完成创作，能够熟练地运用电脑完成图像处理，并能符合广告设计的要求。

**四、助学建议**

本课程的目的在于使学生能正确理解广告摄影的功能与

作用，在认知和理解基本概念与原理的基础上，掌握广告摄影中视觉要素的灵活运用，审美原理在广告撮影创作中的作用。

因此，建议结合理论，加强广告摄影的器材使用能力和创意能力的训练，以及实践性环节的训练；要让学生多观摩国内外经典的设计范例，培养学生的审美能力和鉴赏能力，提高学生的综合素质。

**Ⅲ、有关说明与实施要求**

**一、大纲指导思想**

本大纲是考试大纲，即为命题的依据；同时，本大纲又是教学大纲，即为使用教材教学时的依据；本大纲还是学生学习、复习时的自学大纲，指导学生更集中、更方便地掌握考核要求。

**二、学习方法指导：**

本课程具有应用广泛、综合性和实用性强的特点，要求学生思维活跃、动手能力强。所以学习时应该注意如下各点：

1．在大纲的指导下，系统学习教材，对概念、定义、设计原理、审美形式等理论要理解和掌握，以此指导正确的实际操作。

2．在学习过程中，首先要学会欣赏、判断，提高自身的审美能力；通过对一些好的版式设计的研究分析，吸收其精华提高创意和农达能力。

3．构思方案时应拓展自己的思维，耍多角度、全力位地去思考方案，最终通过比较，寻求最佳的表现角度和表达方式。

4 考试方式以拍摄产品为主，摄影器材为数码相机，图片处理用电脑。因此，学生在学习广告摄影的同时，至少要熟悉图象处理软件PHOTOSHOP．CS。

**三、自学考试教材参考书**

1．使用教材

自学教材：《当代广告摄影教程（第三版）》，王天平等编著，上海人民美术出版社，2010年1月第1版

**四、对社会助学的要求**

1．社会助学首先应端正考生的学习目的和态度，要让考生认识到本大纲所规定的考试内容和考核要求，是以本科毕业水平来衡量制定的，不同于入学水平考核。因此，必须全面、系统地认真钻研指定的教材，对考生进行切实有效的辅导，引导他们努力学习刻苦钻研，防止自学中的各种不良倾向．体现社会助学的正确导向。

2．要正确处理基础理沦知识和实践应用能力的关系，尽管考核以技能为主，但正确的理论指导必不可少，要将理论灵活地运用于实际设计中去，培养和提高考生的分析判断能力和实际操作能力。

3．本课程是艺术没计的专业基础课程，需要有较扎实的专业基础知识刊表现手段，因此，建议在开设此课程前，先开设构成，电脑软件等课程。

**五、关于命题考试的要求**

1．命题以大纲为依据。

2 命题创作部分：根据命题的产品类型和内容拍摄数码

3．试卷要求：

命题创作要求：a．主题明确，创意独特，形式新颖，构图巧妙；

b．将拍摄的照片输入电脑．采用数码合成

的手法进行处理。

4 考试形式：

①命题创作：提供产品实样，用数码相机拍摄。（可自带数码相机）

②上机处理：提供主要软件，中文版PHOTOSHOP.CS。

③考试时间180分钟。

④评分标准：试卷成绩60分以上及格。

建议：

是否有更新版本的教材，五年前的教材可能持续性不强。