

<<摄影师>>

图书基本信息

书名：<<摄影师>>

13位ISBN编号：9787504583680

10位ISBN编号：7504583685

出版时间：2010-7

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：人力资源和社会保障部教材办公室 编

页数：251

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>

前言

1994年以来，原劳动和社会保障部职业技能鉴定中心、教材办公室和中国劳动社会保障出版社组织有关方面专家，依据《中华人民共和国职业技能鉴定规范》，编写出版了职业技能鉴定教材及其配套的职业技能鉴定指导200余种，作为考前培训的权威性教材，受到全国各级培训、鉴定机构的欢迎，有力地推动了职业技能鉴定工作的开展。

原劳动保障部从2000年开始陆续制定并颁布了国家职业标准。

同时，随着社会经济、技术不断发展，企业对劳动力素质提出了更高的要求。

为了适应新形势，为各级培训、鉴定部门和广大受培训者提供优质服务，教材办公室组织有关专家、技术人员和职业培训教学管理人员、教师，依据国家职业标准和企业对各类技能人才的需求，研发了职业技能培训鉴定教材。

新编写的教材具有以下主要特点：在编写原则上，突出以职业能力为核心。

教材编写贯穿“以职业标准为依据，以企业需求为导向，以职业能力为核心”的理念，依据国家职业标准，结合企业实际，反映岗位需求，突出新知识、新技术、新工艺、新方法，注重职业能力培养。

凡是职业岗位工作中要求掌握的知识和技能，均作详细介绍。

<<摄影师>>

内容概要

本教材由人力资源和社会保障部教材办公室组织编写。

教材以《国家职业标准·摄影师》为依据，紧紧围绕“以企业需求为导向，以职业能力为核心”的编写理念，力求体现职业培训的规律，满足职业技能培训与鉴定考核的需要。

本教材详细介绍了摄影师技师和高级技师要求掌握的最新实用知识和技术。

全书分为技师和高级技师两个部分共6个模块单元，主要内容包括人像摄影、广告摄影和应用摄影等。

每一单元后安排了单元测试题及答案，供读者巩固、检验学习效果时参考使用。

本教材是摄影师技师和高级技师职业技能培训与鉴定考核用书，也可供相关人员参加在职培训、岗位培训使用。

书籍目录

第一部分 摄影师技师 第1单元 人像摄影 第一节 基调艺术人像的拍摄	一、不同影调艺术人像的拍摄	二、不同色调艺术人像的拍摄	第二节 主题艺术人像的拍摄	一、主题艺术人像的立意	二、主题艺术人像的立意特点	单元测试题	单元测试题答案
第2单元 广告摄影 第一节 拍摄复合型产品	一、复合型产品摄影用光技巧	二、大画幅相机	第二节 创意性广告摄影	一、广告摄影的创意语言	二、广告摄影的诉求定位	三、数码影像的后期创意	单元测试题
单元测试题答案	第3单元 应用摄影 第一节 拍摄专题照片	一、为拍摄成组图片报道制定采访和拍摄方案	二、对具体的人物和事件进行系列专题采访	三、用组照的方式来完成专题报道的摄影	四、和图片报道有关的写作知识	五、报纸版面设计和图文配合知识	第二节 用数码接片技术拍摄大画幅照片
一、多层接片拍摄、合成技巧	二、动态场景拍摄合成接片	第三节 色彩管理	一、色彩管理的实质与任务	二、色彩管理的内容	三、色彩管理的工作流程	四、扫描仪的校正	五、显示器的校正(定标)
六、图像处理软件色彩空间的设定	七、彩色打印机色彩管理	第四节 说明性摄影文章的写作技巧	一、摄影技术说明性文章的写作范围与类型	二、摄影技术说明性文章的写作特性	三、摄影技术说明性文章的写作	单元测试题	单元测试题答案
第二部分 摄影师高级技师 第4单元 人像摄影 第一节 创意人像的拍摄	一、创意人像的风格	二、创意人像的拍摄要点	第二节 摄影服务项目的开发	一、开发新风格、新主题的套系摄影	二、不同类别和规模摄影室的设计	单元测试题	单元测试题答案
第5单元 广告摄影 第一节 拍摄模特与产品	一、时装广告类摄影	二、时装杂志类摄影	三、非时装类的产品与模特有机结合的广告拍摄	第二节 室内外环境摄影及大型物体拍摄	一、室内外环境摄影	二、大型物体拍摄	第三节 广告摄影的整体控制
一、广告摄影的设计	二、有关后期制作	三、国际国内广告摄影发展信息和趋势	四、广告摄影有关法律事宜	单元测试题	单元测试题答案	第6单元 应用摄影 第一节 拍摄和策划系列摄影报道	一、改革开放年,中国新闻摄影的变迁
二、如何组建专业的摄影报道团队	三、如何进行多种线索和多个视角的拍摄部署	四、如何组织和策划重大题材的摄影报道及展示	五、图片市场的研究	第二节 摄影艺术创作理论基础	一、摄影作品的内容与形式	二、摄影艺术创作的心理过程	三、摄影艺术创作的个性心理特征
四、摄影艺术接受心理与批评	五、摄影评论文章的写作	单元测试题	单元测试题答案				

章节摘录

插图：在商品供不应求的卖方市场时期，广告的作用并不明显。

现代市场，在商品供大于求的情况下，卖方市场逐渐转变为买方市场。

这种变化迫使企业在保证产品质量、强化技术优势、提高经营应变能力的基础上，不得不增强广告的宣传作用，以进一步开拓市场、推销产品，在竞争中求得生存与发展。

在广告宣传媒体中，平面广告所占的比重最大。

在平面广告中，摄影要比文字、绘画有着直接、准确、迅速、可信等优势。

广告摄影日益引起人们的重视，已成为平面广告中最主要的造型手段。

据有关资料介绍，在西方有些报刊的广告中，照片的比例约占95%以上。

除了报纸、期刊、画册之外，广告摄影还广泛应用于产品样本、产品说明书、商品包装、广告招贴、提袋、日历以及各种商品的展示活动上，如展销会、交易会、商店的橱窗陈列等。

此外，广告摄影还大量用于灯箱、路牌、车体等户外广告上。

现代社会的人们几乎每时每刻都处于广告包围之中。

在发达国家，一个消费者每天通过电视、广播、路牌、报纸等各种媒体所接触到的广告信息约有1600条之多。

在如此庞大的广告信息群中，一条广告要想有效地完成信息的传递任务，就要考虑如何运用最有效的语言，在最短的时间内，引起读者、观众或行人的注意，并给人留下深刻的印象。

随着设计定位、定向、定点理论的普及，广告创意应运而生。

<<摄影师>>

编辑推荐

《摄影师(技师 高级技师)》：职业技能培训鉴定教材

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>