

<<大学广告摄影设计教程>>

图书基本信息

书名：<<大学广告摄影设计教程>>

13位ISBN编号：9787806861400

10位ISBN编号：7806861408

出版时间：2003-9

出版时间：浙江摄影出版社

作者：方肃

页数：129

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>

<<大学广告摄影设计教程>>

内容概要

我国摄影教育课程的设置,最早可供参考的样板是复旦大学和中国人民大学。改革开放之后,各高校开办广告摄影、艺术摄影、新闻摄影课程的就更多了,美术院校设计专业都开设了摄影课程。

下面,我把除摄影以外相关课程的设置概括为几类以作比对。

1. 指令性共同课。

即由教育部下达的指令性课程、课时,长期以来作为大学各系科学学生的共同必修课程。

2. 专业性理论基础课。

含专业史论、学科史论、经济、科技、艺术史论,旁及哲学、美学、心理学、广告学、营销学、伦理学、消费学、编辑学、影视原理、传播学、社会学等。

3. 专业性理工基础课。

含摄影光学、摄影化学、照相机械、DV拍摄、非线性编辑及大画幅相机原理与应用、计算机应用等,有的学校还开设了照相器材营销等课程。

4. 专业性艺术基础课。

含素描、色彩、图案、平面构成、立体构成、色彩构成、光构成、动态构成、预想图等。

5. 专业设计课。

含初级设计、中级设计、高级设计。

或者含基础设计、单项设计、系统设计、设计策划等。

还包含设计实习、实践与毕业设计等。

以上列举的这五类课程是设计学科摄影专业共有的。

偏于理工的专业可以减弱艺术基础类课程。

反之亦然。

专一平面设计的专业可以减弱立体与空间的课程,反之亦然。

低层次的教育可浅些、少些,专业设计止于单项设计。

高层次的教育可以深些、复杂些,专业设计重在系统设计、设计策划、设计实践与设计管理。

广告摄影教育或设计摄影教育应首先将这门课程建立在视觉传达这一层面之上,离开了系统的设计思想和体系去教授摄影,就无法和传统的技术教育拉开距离,专业院校更应注重设计方法论和设计伦理等方面的知识结构。

<<大学广告摄影设计教程>>

书籍目录

对摄影教育的分析与思考（代序言）绪论广告——将唯美进行到底第一章 广告活动与大众传播媒介第一节 作为大众传播活动的广告第二节 广告媒体的历史演进第二章 平面广告中视觉因素的运用第一节 审美因素对广告活动的影响第二节 摄影艺术在广告活动中的特征和价值第三节 广告摄影的技术问题第四节 数字化技术对广告摄影的影响第五节 技术美学在摄影活动中的体现第三章 广告摄影的若干审美要素第一节 光——明暗与构图第二节 广告摄影的色彩语言第三节 广告摄影画面的戏剧性因素第四节 广告肖像和广告人像的设计和运用图录第四章 创意与设计第一节 商业广告第二节 重温老歌：对历史图片的再设计第三节 公益广告第四节 关于音乐第五节 我未来的设计公司第六节 几张贺卡第七节 我的观念第八节 广告中的肖像和人像结束语永远的四周参考书目

<<大学广告摄影设计教程>>

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>