**广东省高等教育自学考试《广告摄影》课程考试大纲**

**（课程代码：13690）**

**Ⅰ 课程性质与课程目标**

一、课程性质和特点

《广告摄影》详细阐述了广告摄影的全方位内容，包括但不限于特征、表现手法、常用设备、画面构成，以及数码摄影系统等内容，涵盖了广告摄影和摄像的方方面面；课程还强调了对各种技术环节的理解和操作，包括照相机操作、测光、曝光、布光和景深控制等。学习者将通过这门课程学习并掌握广告摄影所需的关键技术；同时，课程结合了吸光物体、反光物体、透明物体，以及食品、手表和首饰、皮件、时装、室内人像、商业风光和建筑等实际摄影主题，解释了具体的拍摄技巧和要点，强调了实践操作和实际经验的重要性。《广告摄影》这门课程注重理论与实践的结合，适合希望在广告摄影领域发展的学生。它提供了一套全面的工具和技术，让学生能够在理解广告摄影基础的同时，掌握先进的摄影技术和表达技巧，从而为今后从事广告摄影摄像及创意策划工作打下良好的理论、方法和知识基础。

二、课程目标

本课程设置的目标是要求考生能够：

1.掌握广告摄影所需的测光、曝光、布光和景深控制等关键技术。

2.掌握快消品、手表和首饰、皮件、时装、室内人像、商业风光和建筑等不同摄影主题具体的拍摄技巧和要点。

3.掌握广告摄像的制作流程、团队构成以及基本技术和方式。

4.了解广告摄影特征、表现手法、常用设备、画面构成，以及数码摄影系统等理论知识。

三、与相关课程的联系与区别

与本课程相关的课程有《平面广告设计》《广告策划与创意》，其中，《广告摄影》主要涉及到如何用摄影技术来捕捉和表达广告的视觉元素，注重广告的视觉呈现，注重视觉表达力和艺术性。《平面广告设计》则是关于如何把文字、图像、色彩等元素整合在一起，形成一幅既吸引人又传达了特定信息的视觉作品。《广告策划与创意》则更侧重于广告的创意和策略，如何将品牌信息、消费者洞察、市场动态等要素融合，形成有力的广告概念和策略。三门课程虽然各有侧重，但都是为了共同的目标——创建有效的广告内容。

四、课程重点和难点

本课程的重点内容为：照相机操作、测光、曝光、布光和景深控制等诸多技术环节的学习，以及室内人像、商业风光和建筑等常见广告摄影题材的拍摄技巧和要领。

本课程的次重点内容为：广告摄影的特征、表现手法、常用设备、广告摄影的画面构成和广告摄影中的数码摄影系统等理论知识，广告摄像常用设备、广告摄像的制作流程与团队构成，以及广告摄像的基本技术和基本方式。

本课程的难点内容为：如何通过理论知识和实践操作的把握及学习，形成独特的广告摄影方法及理念，产出高质量的广告摄影作品。

**Ⅱ 考核目标**

本大纲在考核目标中，按照识记、领会和应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进关系，各能力层次的含义是：

识记：要求考生能够对大纲各章中一些基本概念和知识点进行记忆和理解，如广告摄影的特征、表现手法、常用设备、广告摄影的画面构成和广告摄影中的数码摄影系统等概念及其对应的知识点。

领会：要求考生能够对大纲中相关的知识点和理论等正确理解，并能够做出正确的表述和解释。如室内人像、商业风光和建筑等常见广告摄影题材的拍摄技巧和要领等。

应用：要求考生在掌握一些重要概念和理论知识的基础上，能够全面掌握广告摄影的技法，逐渐形成广告摄影的方法理念，并将理论应用于实践，创作出优秀作品。

**Ⅲ 课程内容与考核要求**

第一章 广告摄影概述

一、学习目的与要求

理解和掌握广告摄影的定义和特征，了解其历史和风格演变、分类和表现手法，以及广告摄影师应有的职业素质。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1 广告摄影的定义和特征

广告摄影是一门以现代科学技术为基础、影像文化为背景、视觉传达理论为支点,服务于商业行为和日的的摄影。它不同于其他门类的摄影，它既不以审美作为最终日的。也不以反映摄影者的个人情感和思想为主旨，而是以传播商业信息和广告意念为主要动机，以迎合消费者情趣，达到促销的目的。这种明确的功利性倾向，是现代广告摄影的最大特点。

特征：1.信息性 2.注目性 3.实证性 4.形象性 5.视觉表达的不确定性

1.2 广告摄影历程

1.2.1 广告摄影的发展历程

1839年8月，露易斯·达盖尔发明的摄影术在法国诞生。

1856年，美国《纽约论坛报》第一次用湿版法照片刊载了一则帽子店的广告。

19世纪末20世纪初，网版制版术和胶印技术发明，降低了复制广告照片的成本。

一战后，广告代理机构和广告专业刊物出现，学校开设摄影专业课程。

二战后，彩色胶片和四色平版胶印技术出现。

20世纪50年代初,大型彩色胶印技术投入实际运用,使大型户外彩色招贴逐渐以广告照片代替手工绘画。

60年代,将广告摄影作品放置在实物售卖场所的销售点广告逐渐流行起来。

70年代，广告摄影占据印刷媒介主流地位。

1.2.2 广告摄影的设计理念和风格演变

20世纪20年代，欧洲的广告制作发生了巨大的变革。俄国的结构主义、荷兰的德斯太尔抽象画派、法国的装饰艺术，以及德国的包豪斯建筑学派的作品，都成功地进入商业广告的领域。

1919年，包豪斯运动，开现代设计理论的先河

20世纪50年代，表现主义风格在美国兴起

20世纪60年代，国际化视觉设计风格形成

20世纪70年代，后现代设计风格

20世纪90年代，无主流风格定势

1.3广告摄影的分类与常见表现手法

1.3.1 广告摄影的分类

按广告主的行业分: 广告摄影通常分为工业广告摄影、农业广告摄影、商业广告摄影、服务业广告摄影、旅游广告摄影、交通广告摄影、金融广告摄影、邮政通讯广告摄影和社会公益广告摄影等。

按广告题材分: 广告摄影通常分为食品摄影、服装摄影、首饰摄影、建筑摄影、大型机械摄影、商业静物摄影、商业人物摄影和商业风光摄影等。

按广告媒体分: 广告摄影可分为报纸广告摄影、杂志广告摄影、商品目录广告招贴广告摄影、包装广告摄影、直接邮寄宣传品摄影和交通广告摄影等。

1.3.2 广告摄影的常见表现手法

写实表现手法: 写实表现手法的特点是忠实地再现被摄体的外观造型或内部结构，被摄体的色彩!感、重量感和体积感等都能得到很好的表现。

写意表现手法: 写意表现手法更注重画面的意境和审美情趣，它的表现内容、形式更多样，因此，发挥广告创意的余地也更大。如印象派、超现实主义等。

1.4 广告摄影师的职业素质

广泛的知识面和扎实的美学修养

高超的摄影技术

良好的合作精神

三、考核知识点与考核要求

（一）什么是广告摄影

1.识记：广告摄影的定义、特征。

2.领会：广告摄影的目的：以传播商业信息和广告意念为主要动机，以迎合消费者情趣，达到促销的目的。

3.应用：如何理解广告摄影的特征？

（二）广告摄影的历程

1.识记：广告摄影的几个主要发展阶段。

2.领会：在主要发展阶段的广告摄影理念的表现。

3.应用：如何理解社会环境变化与广告理念变迁的关系。

（三）广告摄影的分类与表现手法

1.识记：广告摄影按照不同标准的分类类别。

2.领会：广告摄影的两种表现手法：写实与写意。

3.应用：请分析商业摄影广告的写实手法及作用。

（四）广告摄影师的职业素质

1.识记：广告摄影师的美学修养和摄影技术。

2.领会：广告摄影师的学习成长过程。

3.应用：广告摄影师如何持续加强自我修养？

四、本章重点、难点

1.重点：广告摄影的含义；发展历程；摄影理念的演变。

2.难点：广告摄影的分类与表现手法。

第二章 广告摄影常用设备

一、学习目的与要求

理解和掌握照相机、镜头、胶片、常用照明设备这四个基础的构件。了解镜头种类、胶片规格、滤光镜作用以及常用照明设备的使用方法。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1照相机

135单镜头反光照相机

120单镜头反光照相机和平视取景照相机

大片幅照相机的结构

照相机快门

1.2镜头

定焦镜头

变焦镜头

特殊镜头

1.3 胶片和滤光镜

胶卷

胶片

滤光镜

1.4 常用照明设备

人造光源

常用灯具的种类

其他相关设备和附件

测光表

三脚架和云台

单脚架

快门线

遮光罩

三、考核知识点与考核要求

（一）照相机

1.识记：单镜头反光照相机、大片幅照相机、照相机快门。

2.领会：单镜头反光照相机、大片幅照相机的机构。

3.应用：如何调适照相机的云台、轨道、前座、后座？

（二）镜头

1.识记：什么是定焦镜头、变焦镜头和特殊镜头。

2.领会：镜头的种类和选用条件。

3.应用：拍摄任务该选用哪种镜头，为什么？

（三）胶片和滤光镜

1.识记：胶片的常见规格；黑白胶片和彩色胶片；彩色负片的优缺点；彩色反转片的优缺点。

2.领会：黑白滤镜的实际应用效果；彩色摄影滤镜的实际应用效果；胶片的技术性能；胶片的使用常识；滤光镜的使用常识。

3.应用：如何使用黑白胶片和黑白摄影滤光镜？

（四）常用照明设备

1.识记：人造光源的基本特点，常用灯具的种类，测光表等其他设备和附件使用方法。

2.领会：常见灯具的功能和使用技巧。

3.应用：如何搭配使用灯光与快门线？

四、本章重点、难点

重点：理解黑白胶片和彩色胶片的规格与应用方式；理解彩色负片的优缺点；理解彩色反转片的优缺点；人造光源的基本特点，常用灯具的种类。

难点：胶片的使用；滤光镜的使用以及照明设备的使用方式。

第三章 广告摄影基本技术

一、学习目的与要求

了解相机操作的基本要领；了解布光技巧、测光方法、曝光控制、景深控制和常用拍摄技巧。理解和掌握影室布光的步骤与技巧，影响曝光的各种因素，决定景深的因素和多重曝光等拍摄技巧。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1各类相机操作要领

135相机操作要领

120相机操作要领

大片幅相机的基本操作

莎姆弗鲁格定律

1.2布光技巧

光线特性

影室布光的步骤

确定主光

加置辅助光

设置背景光

加置轮廓光

加置装饰光

审视

影室布光技巧

1.3测光方法与技巧

连续光测光

闪光测光

混合光测光

1.4曝光控制

影响曝光的各种因素

确定曝光正确的其他因素

1.5景深控制

决定景深的因素

大片幅相机的景深控制

1.6常用拍摄技巧

多重曝光

动态表现：快速快门、慢速快门

无投影布光

物体悬空固定

近距摄影

三、考核知识点与考核要求

（一）各类相机操作要领

1.识记：135相机、120相机和大片幅相机的操作要领。

2.领会：莎姆弗鲁格定律。

3.应用：如何使用大片幅相机？

（二）布光技巧

1.识记：光线特性。

2.领会：影室布光的步骤和技巧。

3.应用：如何正确地进行影室布光。

（三）测光方法与技巧

1.识记：什么是连续光测光、闪光测光、混合光测光。

2.领会：中性灰卡测光法和被摄体主调测光法的具体操作。

3.应用：如何进行连续光测光。

（四）曝光控制

1.识记：影响曝光的各种因素。

2.领会：影响曝光的胶片感光度、光源照明状况、被摄体表面性质及受光状况、滤光镜的主光作用、表现上的主观考虑等。

3.应用：如何（在阴天、室内、晴天条件下）进行正确的曝光控制。

（五）景深控制

1.识记：决定景深的因素。

2.领会：影响景深的光圈、镜头焦距、摄距、影像允许的模糊圈大小、相机的移轴调整。

3.应用：如何进行大片幅相机的景深控制。

（六）常用拍摄技巧

1.识记：多重曝光、动态表现、无投影布光、物体悬空固定、近距摄影等技巧。

2.领会：快速快门、慢速快门、近距摄影、微距摄影的操作方法。

3.应用：如何实现近距（微距）摄影。

四、本章重点、难点

1.重点：如何使用各种相机；如何进行布光、测光、曝光、景深控制。

2.难点：如何进行布光、测光、曝光、景深控制。

第四章 广告摄影画面构成

一、学习目的与要求

理解和掌握构成广告摄影画面的基本要素、广告摄影画面的主要形式法则和构成广告摄影画面的具体技巧。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1构成广告摄影画面的基本要素

线条

形状

色彩

明暗

1.2广告摄影画面的主要形式法则

主体与陪体

多样与统一

均衡与对照

节奏与韵律

简约原则

1.3构成广告摄影画面的具体技巧

运用对比

加强视觉吸引力

调节透视

表现质感

三、考核知识点与考核要求

（一）构成广告摄影画面的基本要素

1.识记：形状的类型、图层与基底。

2.领会：色彩三要素与色调。

3.应用：按照摄影画面的基本要素创作一幅作品。

（二）广告摄影画面的主要形式法则

1.识记：主体与陪体、多样与统一、均衡与对照、节奏与韵律、简约原则。

2.领会：广告摄影的简约原则。

3.应用：如何创作富含节奏与韵律的广告摄影作品。

（三）构成广告摄影画面的具体技巧

1.识记：如何运用对比、加强视觉吸引力、调节透视、表现质感。

2.领会：如何运用对比、加强视觉吸引力。

3.应用：如何通过调节透视创作纵深感强的广告摄影作品？

四、本章重点、难点

1.重点：广告摄影画面的基本要素、广告摄影画面的主要形式法则。

2.难点：掌握构成广告摄影画面的具体技巧来加强视觉吸引力。

第五章 广告摄影中的数码摄影系统

一、学习目的与要求

理解和掌握数码摄影与传统摄影的区别；熟悉数码摄影的输入、输出设备；掌握数码摄影设备的设置技能，懂得后期处理软件的使用。

二、课程内容

1.1数码摄影概述

数码摄影与传统摄影区别

数码摄影的优势

数码摄影的不足

1.2数码摄影系统设备

影像输入设备

影像输出设备

影像处理设备

1.3 数码摄影的拍摄

数码摄影拍摄设置

拍摄中应注意的其他问题

1.4 数码摄影的数据处理

数码摄影的数据处理

图像数据保存与后道工序衔接

选择最合适的图像格式

三、考核知识点与考核要求

（一）数码摄影概述

1.识记：数码摄影的概念；与传统摄影区别。

2.领会：数码摄影的优势与不足。

3.应用：现场拍摄并通过数码相机回放检验效果，临场调整构图等。

（二）数码摄影系统设备

1.识记：影像输入设备有哪些，影像输出设备有哪些。

2.领会：影像处理设备如何操作。

3.应用：打印一张彩色照片。

（三）数码摄影的拍摄

1.识记：数码摄影拍摄设置。

2.领会：拍摄中应注意的问题。

3.应用：如何在数码相机中选择准确的曝光与光比控制。

（四）数码摄影的数据处理

1.识记：理解亮度、对比度、色相、饱和度、色彩平衡等基本概念。

2.领会：如何进行色彩管理和图像调整。

3.应用：运用Photoshop或Lightroom处理一张照片。

四、本章重点、难点

1.重点：数码摄影的拍摄设置与后期调节。

2.难点：数码摄影拍摄中应注意的问题。

第六章 常见广告题材的拍摄要领

一、学习目的与要求

理解和掌握吸光、反光和透明物体的特性以及布光方式；了解食品、手表和首饰、皮件、时装、室内人像、商业风光、建筑等拍摄技巧和要领。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1吸光、反光和透明物体

吸光物体布光

反光物体布光

透明物体布光

1.2食品拍摄

食品拍摄要领

布光

选择餐具

巧用替代品

经验和技巧

1.3 手表和首饰拍摄

手表、首饰拍摄要领

1.4 皮件拍摄

皮件拍摄要领

1.5 时装拍摄

时装拍摄要领

1.6 室内人像

室内人像拍摄要领

1.7商业风光

商业风光拍摄要领

1.8 建筑摄影

建筑拍摄要领

三、考核知识点与考核要求

（一）吸光、反光和透明物体

1.识记：什么是吸光、反光和透明物体。

2.领会：测光和大面积光源的应用情形。

3.应用：如何进行反光物体布光。

（二）食品拍摄

1.识记：食品拍摄的要领。

2.领会：如何布光、选择餐具、巧用替代品、经验和技巧。

3.应用：如何使用带方向性的柔光拍摄食品？

（三）手表和首饰

1.识记：手表、首饰拍摄要领。

2.领会：近距摄影、中长焦或微距镜头的选择。

3.应用：如何拍摄主体产品或采用模特来突出产品？

（四）皮件拍摄

1.识记：皮件拍摄的要领。

2.领会：如何布光和拍摄要点。

3.应用：如何以散射光为主，直射光为辅拍摄皮件？

（五）时装拍摄

1.识记：时装拍摄要领。

2.领会：模特的引导。

3.应用：如何室内棚拍模特？

（六）室内人像拍摄

1.识记：室内人像拍摄要领。

2.领会：室内人像的布光方法。

3.应用：如何实施中心布光来拍摄人物？

（七）商业风光拍摄

1.识记：商业风光拍摄要领。

2.领会：应对低温、潮热、高温、沙尘、雨水等特殊环境。

3.应用：如何拍摄日出？

（八）建筑摄影

1.识记：建筑拍摄要领；小光圈及黑白摄影的应用。

2.领会：既考虑整体性，又考虑突出主要建筑。

3.应用：使用45度光线拍摄一座现代建筑。

四、本章重点、难点

1.重点：针对吸光、反光和透明物体的特性以及布光方式。

2.难点：掌握食品、手表和首饰、皮件、时装、室内人像、商业风光、建筑等拍摄技巧和要领。

第七章 广告摄像概述

一、学习目的与要求

理解和掌握广告摄像的定义，了解广告摄像的风格衍变和优秀广告摄像的评价标准。

二、课程内容

1.1 广告摄像的定义和特征

广告摄像的定义

广告摄像的特征

1.2广告摄像的风格演变

静态摄像阶段

动态摄像阶段

新媒体摄像阶段

1.3优秀广告摄像的评价标准

信息准确

画面娱乐

艺术动人

三、考核知识点与考核要求

（一）广告摄像的定义和特征

1.识记：广告摄像的定义。

2.领会：广告摄像的特征。

3.应用：举例广告摄像服务与商业的行为案例。

（二）广告摄像的风格演变

1.识记：广告摄像有哪些风格。

2.领会：新媒体阶段广告的交互性。

3.应用：举例在静态摄像阶段、动态摄像阶段、新媒体摄像阶段的广告特点。

（三）优秀广告摄像的评价标准

1.识记：优秀广告摄像的评价标准。

2.领会：信息准确、画面娱乐、艺术动人的要求。

3.应用：分析一则优秀的广告，看是否达到信息准确、画面娱乐、艺术动人的要求。

四、本章重点、难点

1.重点：广告摄像的风格衍变。

2.难点：灵活理解优秀的广告摄像标准与要求。

第八章 广告摄像的制作流程及团队构成

一、学习目的与要求

理解和掌握广告摄像的制作流程和广告摄像的团队构成。

二、课程内容

1.1广告摄像的制作流程

前期准备

中期拍摄

后期制作

1.2 广告摄像的团队构成

三、考核知识点与考核要求

（一）广告摄像的制作流程

1.识记：广告摄像的制作流程。

2.领会：前期准备、中期拍摄、后期制作阶段各自要准备的事务。

3.应用：制定一份广告摄像流程表。

（二）广告摄像的团队构成

1.识记：广告摄像的团队构成。

2.领会：团队当中的核心角色。

3.应用：思考如何带好一个广告摄像团队？

四、本章重点、难点

重点：广告摄像的制作流程。

难点：无。

第九章 广告摄像的数字基础

一、学习目的与要求

理解和掌握高清数字影像的分辨率；了解数字影像扫描方式。

二、课程内容

1.1数字影像的分辨率

图像分辨率

像素

高清数字影像

1.2数字影像扫描方式

隔行扫描

逐行扫描

三、考核知识点与考核要求

（一）高清数字影像的分辨率

1.识记：高清数字影像的分辨率标准。

2.领会：何为高清数字影像。

3.应用：网上下载一个分辨率为1980\*1080的高清视频。

（二）数字影像扫描方式

1.识记：隔行扫描；逐行扫描。

2.领会：隔行扫描、逐行扫描的工作原理。

3.应用：举例逐行扫描的应用。

四、本章重点、难点

1.重点：高清数字影像的分辨率和高清数字影像的标准。

2.难点：隔行扫描、逐行扫描的工作原理。

第十章 广告摄像常用设备

一、学习目的与要求

理解和掌高清、标清的标准，云台的使用和特殊拍摄设备；了解摄像机的类型、摄像机的组成、摄像机的镜头、镜头的色散及紫边现象，懂得水下、空中和高速运动拍摄的装备需求；掌握拍摄前的检查。

二、课程内容

1.1摄像机的类型

高清摄像机

标清摄像机

电影摄像机

1.2摄像机的组成

光学系统

光－电转换系统

图像信号处理系统

自动控制系统

1.3 镜头

分辨率

反差与锐度

色彩再现

呼吸现象

1.4 摄像机相关附件

云台

水下拍摄装置

空中拍摄装置

运动控制装置

1.5摄像机的基本操作

拍摄前的检查

寻像器调节

白平衡调节

执机方式

三、考核知识点与考核要求

（一）摄像机的类型

1.识记：摄像机基本类型。

2.领会：摄像机与电影摄影机的比较。

3.应用：实际使用一下松下AVCCAM HMC153摄像机。

（二）摄像机的组成

1.识记：光学系统、光－电转换系统、图像信号处理系统、自动控制系统的位置和指代。

2.领会：光－电转换系统原理。

3.应用：指出摄像机图像信号处理系统的位置和功能。

（三）镜头

1.识记：镜头参数。

2.领会：分辨率、反差与锐度、色彩再现、紫边现象的所指。

3.应用：如何调整摄像机的色散现象？

（四）摄像机相关附件

1.识记：：液压云台、齿轮云台、遥控云台。

2.领会：水下拍摄与空中拍摄装置。

3.应用：如何实现高速运动摄像？

（五）摄像机的基本操作

1.识记：寻像器调节、白平衡调节。

2.领会：徒手执机、固定摄像机的执机方式。

3.应用：如何调节摄像机白平衡？

四、本章重点、难点

1.重点：了解摄像机的组成、类型、镜头和摄像机的基本操作。

2.难点：分辨率、反差与锐度、色彩再现、紫边现象的所指，：水下拍摄与空中拍摄的技能要求；寻像器调节和白平衡调节。

第十一章 广告摄像的基本技术

一、学习目的与要求

理解和掌握广告摄像的曝光控制、景深控制、景别控制、视点控制、视场角控制、色彩平衡控制的技能。

二、课程内容

1.1曝光控制

高清摄像机的感光属性

光圈控制

快门控制

1.2 景深控制

光圈

拍摄距离

镜头焦距

1.3 景别控制

远景

全景

中景

近景

特写

1.4 视点控制

摄像视点

摄像方向

摄像高度

叙事角度

1.5视场角控制

1.6 色彩平衡控制

1.7 拍摄前对摄像机的检查

三、考核知识点与考核要求

（一）曝光控制

1.识记：高清摄像机的感光属性。

2.领会：光圈控制、快门控制。

3.应用：如何通过光圈与快门调节实现正确曝光？

（二）景深控制

1.识记：影响景深的因素。

2.领会：光圈、拍摄距离、镜头焦距对景深的影响。

3.应用：结合中国现实理解保底与不封顶的关系。

（三）景别控制

1.识记：远景、全景、中景、近景、特写镜头的定义。

2.领会：特写镜头的作用。

3.应用：如何拍摄一组递进式镜头（远-全-中-近-特）？

（四）视点控制

1.识记：摄像中视点的含义、摄像方向和高度。

2.领会：摄像机的叙事角度：主观角度和客观角度。

3.应用：尝试一次仰拍的视角。

（五）视场角控制

1.识记：视场角含义。

2.领会：视场与景物范围的关系。

3.应用：尝试一次广角镜头拍摄（课后运用手机练习）。

（六）色彩平衡控制

1.识记：白平衡的形式：预置、自动、手动。

2.领会：白平衡摄制：预置、A挡、B档。

3.应用：如何手动调整摄像机白平衡。

（七）拍摄前对摄像机的检查

1.识记：对摄像机的检查步骤和内容。

2.领会：如何检查每一支镜头的调焦刻度是否准确。

3.应用：检查拍摄镜头是否有坏点和重影。

四、本章重点、难点

1.重点：广告摄像的曝光控制、景深控制、景别控制、视点控制、视场角控制、色彩平衡控制的技能。

2.难点：无。

第十二章 广告摄像的基本方式

一、学习目的与要求

理解和掌握固定画面摄像和运动摄像的要领。

二、课程内容

1.1 固定画面摄像

固定画面摄像的定义

固定画面摄像的功用

固定画面摄像要领

1.2 运动摄像

镜头运动摄像

摄像机机位运动摄像

综合运动摄像

三、考核知识点与考核要求

（一）固定画面摄像

1.识记：固定画面摄像的定义。

2.领会：固定画面摄像的功用。

3.应用：如何借助三脚架拍摄一个固定画面？

（二）运动摄像

1.识记：镜头运动摄像： 推、拉、摇；摄像机机位运动摄像：移、跟、升降；综合运动摄像：推拉摇移跟的先后或同时组合。

2.领会：综合运动摄像。

3.应用：请分析一组综合运动摄像的画面（类似拉片，在老师给出的作业表格里依次填写好镜头顺序，并指出镜头运动方式）。

四、本章重点、难点

1.重点：固定画面摄像的要领和运动摄像的要领。

2.难点：综合运动摄像的掌握。

第十三章 广告摄像表达技巧

一、学习目的与要求

理解和掌握空间表达、时间表达、蒙太奇的含义，了解蒙太奇的常见类型与作用。

二、课程内容

1.1 空间表达

轴线规律

合理的越轴

空间的扩展与压缩

1.2 时间表达

时序

时间表达方式

镜头长度的控制应用

1.3 蒙太奇意识

蒙太奇的定义

蒙太奇的常见类型与作用

三、考核知识点与考核要求

（一）空间表达

1.识记：什么是空间表达、轴线规律、越轴。

2.领会：空间表达中的轴线规律。

3.应用：如何在拍摄中实现合理的越轴？

（二）时间表达

1.识记：什么是时间表达、时序。

2.领会：顺时序、倒时序、平行交叉的叙事顺序；高速摄影、低速摄影、逐格摄影、停机再拍的特殊效应；景别越大，拍摄对象越多，镜头长度应当越长；景别越小，镜头越短的规律。

3.应用：进行一次逐格摄影实践。

（三）蒙太奇意识

1.识记：什么是蒙太奇、蒙太奇的常见类型。

2.领会：叙述蒙太奇、对列蒙太奇、内部蒙太奇、外部蒙太奇的表现。

3.应用：观看周星驰的电影《功夫》片段（01:19:00-01:21:30），体味对列蒙太奇的隐喻功能。

四、本章重点、难点

1.重点：空间表达、时间表达、蒙太奇的含义。

2.难点：蒙太奇的常见类型与作用。

**Ⅳ 关于大纲的说明与考核实施要求**

一、自学考试大纲的目的和作用

课程自学考试大纲是根据专业自学考试计划的要求，结合自学考试的特点而确定。其目的是对个人自学、社会助学和课程考试命题进行指导和规定。

课程自学考试大纲明确了课程学习的内容以及深广度，规定了课程自学考试的范围和标准。因此，它是编写自学考试教材和辅导书的依据，是社会助学组织进行自学辅导的依据，是自学者学习教材、掌握课程内容知识范围和程度的依据，也是进行自学考试命题的依据。

二、课程自学考试大纲与教材的关系

课程自学考试大纲是进行学习和考核的依据，教材是学习掌握课程知识的基本内容与范围，教材的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与发挥。课程内容在教材中可以体现一定的深度或难度，但在大纲中对考核的要求一定要适当。

大纲与教材所体现的课程内容应基本一致；大纲里面的课程内容和考核知识点，教材里一般也要有。反过来教材里有的内容，大纲里就不一定体现。

三、关于自学教材

《广告摄影与摄像》，邵大浪 蒋斐然 著，高等教育出版社，2013年第2版。

四、关于自学要求和自学方法的指导

本大纲的课程基本要求是依据专业考试计划和专业培养目标而确定的。课程基本要求还明确了课程的基本内容，以及对基本内容掌握的程度。基本要求中的知识点构成了课程内容的主体部分。因此，课程基本内容掌握程度、课程考核知识点是高等教育自学考试考核的主要内容。

为有效地指导个人自学和社会助学，本大纲已指明了课程的重点和难点，在章节的基本要求中一般也指明了章节内容的重点和难点。

为便于考生更好地开展自学，特提出以下两点学习方法供参考：

1.系统学习，融会贯通。

自学者首先应系统地学习各章内容，掌握要求识记的概念，深入理解和掌握基本概念和理论，在此基础上深入知识点，掌握重点。从广告摄影到广告摄像，一方面是学习基本的技术原理，深度理解摄影与摄像的共同概念，如光圈、景深、快门、景别等，从技术的角度掌握构图、光线、格式等基本知识。另一方面，要特别针对不同领域、不同主题来深化学习，从艺术的角度理解建筑摄影、食品摄影、服装摄影、人物摄影等不同的拍摄要求与要领，找到自己喜欢和擅长的领域，进行丰富的创作实践。

2.理论指导实践，在实践中感受理论。

自学者首先应重视理论学习，对于一些专业概念如莫尔条纹、紫边效应、白平衡等有正确理解和掌握，在此基础上，在实操设备和创作过程中，自觉应用理论，深化对于景深、快门、光线、景别的理解。自学者尤其要多看优秀的广告摄影作品，从中提取灵感，提炼方法，总结理念，指导自己的创作实践，将理论与实践充分结合。

五、对社会助学的要求

1.帮助自学者梳理重难点和一般内容之间的关系

社会助学者应根据本大纲规定的各章主要内容和考核重点及难点，认真钻研指定教材，明确本课程与其他课程不同的特点和学习要求，对考生进行切实有效的指导，把握社会助学的正确方向。

2.引导考生正确处理基本知识和应用能力的关系

指导考生将识记、领会同应用联系起来，把基本知识转化为实际工作能力，在辅导的基础上，着重培养和提高自学应试者的素质和思想水平，引导他们正确处理学习知识和提高能力的关系。

3.引导考生进行兼顾重点内容和一般内容的系统性学习

课程内容有重点与一般之分，但考试内容是全面的，而且重点与一般是相互影响的，不是截然分开的，社会助学者应指导自学应考者全面系统地学习教材，掌握全部考试内容和考核知识点，在此基础上再突出重点。

六、对考核内容的说明

1. 本课程要求考生学习和掌握的知识点内容都作为考核的内容。课程中各章的内容均由若干知识点组成，在自学考试中成为考核知识点。因此，课程自学考试大纲中所规定的考试内容是以分解为考核知识点的方式给出的。由于各知识点在课程中的地位、作用以及知识自身的特点不同，自学考试将对各知识点分别按三个认知（或叫能力）层次确定其考核要求。

2. 在考试之日起6个月前，由全国人民代表大会和国务院颁布或修订的法律、法规都将列入相应课程的考试范围。凡大纲、教材内容与现行法律、法规不符的，应以现行法律法规为准。命题时也会对我国经济建设和科技文化发展的重大方针政策的变化予以体现。

七、关于考试命题的若干规定

1.本课程考试为闭卷笔试，考试时间150分钟，满分100分,60分及格。

2.本大纲各章所规定的基本要求、知识点及知识点下的知识细目，都属于考核的内容。考试命题既要覆盖到章，又要避免面面俱到。要注意突出课程的重点、章节重点，加大重点内容的覆盖度。

3.命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题，考核目标不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核自学者对基本概念、基本知识和基本理论是否了解或掌握，对基本方法是否会用或熟练。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

4.本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记占20%，领会占30%，应用占50%。

5.要合理安排试题的难易程度，试题的难度可分为：易、较易、较难和难四个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为：2:3:3:2。

1. 各种题型的具体样式参见本大纲附录。

**附录 题型举例**

一.单项选择题

（1）广告拍摄中，对于形状和体积复杂的反光物，应该采用（ ）

A.三点布光法 B.伦勃朗布光

C.包围布光法 D.中心布光法

（2）关于食品广告拍摄的说法，不正确的是（ ）

A.要注重选择有质感的餐具 B.善于巧用替代品和人物模特

C.要注重表达出食品的鲜美与动感 D.多使用带方向性的硬光

二.多项选择题

（1）以下属于常见的蒙太奇类型有（ ）

A. 叙述蒙太奇 B.对列蒙太奇

C. 内部蒙太奇 D.外部蒙太奇 E.心理蒙太奇

（2）以下属于室内人像布光方式的有（ ）

A. 高布光 B.分裂布光

C. 散光布光 D.限光布光 E.对称布光

三.名词解释题

（1）莎姆弗鲁格定律

（2）“莫尔条纹”

四.简答题

（1）简述广告影室布光的主要步骤和技巧。

（2）简述影响广告摄影曝光的各种因素。

五.论述题

（1）在棚拍的场景中，从与模特的沟通技巧、拍摄方案、光线应用、拍摄风格等角度论述如何完成高质量的人物室内摄影。

（2）论述伦勃朗布光的概念、应用场景及操作要领，注意举例说明。