

高纲 4034

江苏省高等教育自学考试大纲

13690 广告摄影

南京邮电大学编（2024 年）

I 课程性质与课程目标

一、课程性质和特点

《广告摄影》是一门理论联系实际、应用性较强的课程。广告摄影是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，服务于商业的摄影行为，课程建立在影像学、艺术学与广告传播学的基础上，既与艺术、技术息息相关，也与广告创意、广告传播等紧密结合。它能真实地表现被摄对象外观特征和内涵，起到促销商品和激发消费者欲望的目的。它既是一门独立的学科，又是一门艺术。它主要体现在商业经济活动中的营销领域；时常为媒体服务，在内容和形式上，体现出全方位的信息交流和整合性。主要内容包括：广告摄影概述、广告摄影器材的选择与使用、数码技术运用与广告摄影、职业广告摄影师的修养与创新性、广告摄影创意与视觉表现、商业摄影综合要求、摄影美学、常见广告摄影题材的创作要点。

二、课程目标

考生应深入理解广告摄影的基本概念、发展历程及其在商业经济活动中的重要性。掌握影像学、艺术学和广告传播学的基础知识，理解这些学科如何支撑广告摄影的实践。熟练掌握广告摄影器材的选择、使用与维护，包括相机、镜头、灯光设备等。精通数码技术在广告摄影中的应用，如图像处理软件的使用、后期制作技巧等。能够根据拍摄需求，灵活运用不同的拍摄技巧和构图方法，实现创意表达。培养考生的广告摄影创意能力，能够构思出新颖、独特的拍摄方案。掌握视觉表现技巧，通过色彩、光影、构图等元素，准确传达广告信息，激发消费者的购买欲望。提升考生的职业素养，包括职业道德、团队协作、沟通能力等。通过案例分析、模拟拍摄等实践环节，使考生能够将理论知识转化为实际操作能力。培养考生解决实际问题的能力，如应对拍摄现场突发情况、调整拍摄计划等。

三、课程的重点和难点

本课程的重点：考生需要熟悉和了解广告摄影的各主要工具、基本工作原理及其各部件功能，掌握主要器材的操作程序。这包括照相机的构造和分类、镜头的选择与使用、测光与曝光控制等。考生需要了解商业摄影的类别及流派，掌握商业摄影的拍摄技法，包括产品拍摄、模特拍摄等，并熟悉商业摄影的布光基础和布光形式。

本课程的难点：广告摄影是一门需要不断创新的学科。考生需要在掌握基本理论和技能的基础上，不断探索新的拍摄手法和表现形式，以适应不断变化的市场需求。这要求考生具备较高的创新思维和审美能力。

II 考核目标

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、简单应用和综合应用四个层次规定其应达到的能力层次要求。四个能力层次是递进关系，各能力层次的含义是：

识记：要求考生能够识别和记忆本课程中有关广告摄影的概念、数码技术运用与广告摄影等主要内容，并能够根据考核的不同要求，做正确的表述、选择和判断。

领会：要求考生能够领悟和理解本课程中有关广告摄影器材的选择与使用、职业广告摄影师的修养与创新性、摄影美学，并能根据考核的不同要求对广告摄影有关问题进行分析 and 论证，做出正确的判断、解释和说明。

简单应用：要求考生能够根据广告摄影创意与视觉表现、商业摄影综合要求，对有关问题进行分析 and 论证，能够完成广告摄影拍摄之前的创意策划和视觉表现。

综合应用：要求考生能够根据已知的广告摄影理论和相关的基本操作知识，在相关广告应用要求的基础上，对常见广告摄影题材的创作要点的有关问题进行综合的分析、论证，并做出合适的拍摄计划，并得出拍摄广告的综合方案。

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

通过本章学习，领会摄影术的进步；领会中外广告摄影简史；理解广告摄影的特征与要求。

二、考核知识点与考核要求

（一）摄影术的进步

识记：①摄影术开始的标志；②第一架小型机械相机的名称；③现代彩色胶卷的名称和时间；④CCD 的概念；⑤发明变焦镜头的国家；⑥哈苏相机发明的时

间及其特殊拍摄任务；⑦三脚架的功能。

领会：①摄影器材的演变；②数码相机的源起与发展。

简单应用：①广告摄影器材的选择。

（二）中外广告摄影简史

识记：①20 世纪 80 年代的广告摄影特征；②20 世纪 90 年代的广告摄影特征；③社会主义的广告特征；④35 毫米正片胶片；⑤中国对外贸易广告摄影学会成立的时间和地点；⑥中国第一条商业电视广告在哪个电视台播放；⑦全国广告优秀作品评选的时间是哪年；⑧哪个广告协会最早成立了广告摄影专业委员会。

领会：①世界广告摄影风格演变；②中国广告摄影发展历程。

简单应用：①创作合法的广告摄影。

（三）广告摄影的特征与要求

识记：①广告摄影规定性的概念；②广告摄影媒体制约性的概念；③广告摄影功利性和实用性的概念；④广告摄影在商业上的优越性特征；⑤广告摄影的创意和技艺评价特征；⑥广告摄影的促销目的；⑦广告摄影作品的主要功能的概念；⑧优秀广告摄影作品的特征。

领会：①摄影专业领域的认知；②广告摄影的评价标准；③广告摄影的工作流程专业化。

简单应用：①广告摄影创作的流程。

三、本章的重点和难点

本章重点：①广告摄影的定义与特性；②社会主义广告的特征；③广告摄影的发展历程；④广告摄影的评价标准。

本章难点：①广告摄影的创意与表现；②广告摄影的市场导向性；③广告摄影的技术要求。

第二章 广告摄影器材的选择与使用

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会相关概念；掌握相机与镜头原理；掌握感光器材的原理与作用；掌握照明原理与设备使用；掌握曝光原理与测光技术；了解广告摄影的辅助设备及空间要求。

二、考核知识点与考核要求

（一）相机与镜头原理

识记：①镜头的焦距与成像效果；②标准、广角、长焦镜头的区别；③单镜头反光式相机的概念；④光圈、快门、测光系统的概念、简称及其作用；⑤定焦镜头和变焦镜头的概念。

领会：①镜头的口径与焦距的特征；②相机主要装置和作用。

简单应用：①通过焦距控制成像效果；②通过光圈控制成像效果。

（二）感光器材的原理与作用

识记：①感光度的概念及其简写；②颗粒度的概念；③宽容度的概念；④色饱和度的概念；⑤135相机的画幅尺寸。

领会：①黑白胶卷和彩色胶卷的区别。

（三）照明原理与设备使用

识记：①光的基本特征；②光位的概念；③布光光源的基本要求；④光型的概念；⑤光源与色温的概念；⑥光比的概念；⑦布光步骤；⑧光度的概念。

领会：①光的吸收和反射的区别；②布光应用要点。

简单应用：①设置一个主光和一个辅助光拍摄一个简单的静物作品。

（四）曝光原理与测光技术

识记：①曝光的原理；②入射光测定法的概念；③反射光测定法的概念；④获得准确曝光的几个要点；⑤相机的测光原理；⑥胶卷的宽容度的概念；⑦测光工具的作用；⑧平衡滤光片的作用。

领会：①测光工具的作用；②确定曝光值的几种方法。

简单应用：①利用相机的测光表拍摄一张曝光正常的照片。

（五）广告摄影的辅助设备及空间要求

识记：①镜头滤光片的作用；②影棚三脚架选择的标准；③工作台和背景的作用；④反光材料的作用；⑤偏振滤光片的作用。

领会：①广告摄影拍摄的空间要求。

简单应用：①利用三脚架拍摄一张夜景照片。

三、本章的重点和难点

本章重点：①焦距如何影响成像的效果；②光圈的定义和大小对成像的影响；

③快门的作用；④光的基本性质；⑤布光步骤；⑥光质和光型的概念；⑦光比和光位的概念。

本章难点：①掌握镜头的焦距和光圈的特性；②掌握布光的技巧。

第三章 数码技术运用与广告摄影

一、学习目的与要求

通过本章学习，大致了解数码摄影技术优势、数码图像的成像原理与获取方式、广告摄影的印务技术；熟练了解数码摄影器材的相关知识；深入了解并熟练运用数码合成中的一些常用手法；掌握数码相机使用注意事项。

二、考核知识点与考核要求

（一）数码摄影技术优势（本节内容不作考核要求）

（二）码图像的成像原理与获取方式（本节内容不作考核要求）

（三）数码摄影器材

识记：①调整存储格式的作用；②调整感光度的概念及其作用；③白平衡的概念；④取景对焦的作用；⑤手动对焦和自动对焦的区别；⑥RAW 和 JPEG 格式；⑦三脚架的选择；⑧视差的概念。

领会：①数码相机的工作原理；②数码系统使用事项。

简单应用：①使用数码相机调整相关参数拍摄一张技术要求规范的照片。

（四）数码合成中的一些常用手法

识记：①不同来源的对象直接剪贴；②透明与交叠；③物体表面肌理的替换；④变形；⑤改变色彩层次和影调关系；⑥形体重构；⑦特殊效果滤镜；⑧结合电脑绘画或三维虚拟现实的合成。

领会：①广告摄影的创意方法。

简单应用：①如何通过数码合成手法拍摄并制作一张创意广告摄影。

（五）广告摄影的印务技术（本节内容不作考核要求）

（六）数码相机使用注意事项

识记：①设定感光度的概念及其作用；②设定分辨率、画质和格式的概念及其作用；③设定白平衡的作用；④设定测光方式的作用；⑤设定曝光方式或曝光补偿的作用；⑥对焦的概念作用；⑦色阶调整的作用；⑧直方图信息的概念。

领会：①闪光方式；②基本场景模式设定方法；③正确持握数字照相机。

简单应用：①设定数码相机的感光度、画质、白平衡、测光方式等参数，并调整曝光补偿，在夜间拍摄一栋建筑的广告摄影。

三、本章的重点和难点

本章重点：①数码摄影合成的常见方法；②图像的几种格式；③对焦的概念；④测光的方式区别；⑤几种常见的曝光模式。

本章难点：①后期处理的复杂度；②保持创意与商业需求的平衡。

第四章 职业广告摄影师的修养与创新性

一、学习目的与要求

通过本章学习，大致了解职业广告摄影的特点和素养要求、职业摄影师对器材的选用能力、广告摄影的作业流程；掌握广告摄影商业性、艺术性和技术性把握；掌握广告摄影师的风格体现。

二、考核知识点与考核要求

（一）职业广告摄影的特点和素养要求（本节内容不作考核要求）

（二）广告摄影商业性、艺术性和技术性把握

识记：①广告摄影商业性特征；②广告摄影的艺术性特征；③户外广告的特征；④售点广告的特征；⑤DM广告的特征；⑥清晰度的概念；⑦黄金分割率的概念。

领会：①广告摄影的实用技术性特征。

简单应用：①创作个兼具商业性、艺术性和技术性的广告摄影。

（三）广告摄影师的风格体现

识记：①摄影构图的基本原则的特征；②平、仰、俯三种视角各自的特征；③摄影中几种线条的不同作用；④商业摄影的目的；⑧影像清晰度的特征。

领会：①影响广告摄影师的风格因素。

简单应用：①拍摄一张形式感强烈的广告摄影。

（四）职业摄影师对器材的选用（本节内容不作考核要求）

（五）广告摄影的作业流程（本节内容不作考核要求）

三、本章的重点和难点

本章重点：①广告摄影的作业流程和特点；②广告摄影商业性、艺术性和技术性的特征；③广告摄影师的风格体现；④拍摄点和拍摄方向与画面的变化。

本章难点：①器材选用与拍摄需求的匹配；②广告摄影构图和绘画构图的区别；③商业性与艺术性的平衡的意义。

第五章 广告摄影创意与视觉表现

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会市场营销与广告摄影；掌握广告摄影的创意方法和基础；掌握创意的审美体现；熟悉掌握创意的视觉化设计；熟悉掌握创意的表现形式与效果。

二、考核知识点与考核要求

（一）市场营销与广告摄影

识记：①广告摄影与市场营销的关系。

领会：①市场营销理念；②绿色营销理论对广告运作的影响；③整合营销的优势；④广告摄影的用途；⑤广告运作的核心特征。

简单应用：①通过市场营销理念拍摄制作一张广告摄影。

（二）创意方法和基础

识记：①构思方法的作用。

领会：①广告摄影与创意的关系。

简单应用：①绘制一个创意广告拍摄草图。

（三）创意的视觉化设计

识记：①不同摄影元素的意象效果的特征；②广告摄影视觉语言设计的概念。

领会：①摄影视觉元素在广告中的作用。

简单应用：①通过摄影语言表现并制作一张创意广告。

（四）创意的审美体现

识记：①审美体验的概念；②创意构思的作用；③艺术表达的概念。

领会：①广告摄影美学的特征。

简单应用：①拍摄并制作一张兼具审美、创意和艺术的广告创意摄影。

（五）创意的表现形式与效果

识记：①个性特色设计的概念；②间接陪衬设计体验的特征和作用；③幽默夸张设计的特征和作用；④联想体验设计的特征和作用；⑤主体情感设计的特征和作用；⑥象征关联设计的特征和作用；⑦系列组合设计的特征和作用；⑧要素

组合设计的特征和作用。

领会：①广告摄影与创意表现形式的关系。

简单应用：①采取其中一种创意表现形式创作一张广告创意摄影。

三、本章的重点和难点

本章重点：①广告摄影的定义；②广告摄影与市场营销的关系；③广告摄影构思的方法；④不同摄影元素的意向效果。

本章难点：①亚李斯·奥斯本则对创造思维过程提出的“七阶段论”；②广告摄影视觉语言设计；③广告摄影的创意构思；④广告摄影的八种创意表现形式与效果。

第六章 商业摄影综合要求

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会对品牌的理解、消费者心理研究；掌握广告摄影的语言表现；掌握广告摄影文案的写作方法。

二、考核知识点与考核要求

（一）对品牌的理解

识记：①品牌定位的概念；②品牌注意力的概念。

领会：①品牌消费的概念；②品牌的培育的概念。

简单应用：①根据某商品的品牌分析它的品牌定位和注意力。

（二）消费者心理研究

识记：①地域文化心理；②感性动机、理性动机和习惯动机。

领会：①消费者宏观心理分析；②消费者购买心理。

（三）广告摄影的语言表现

识记：①形象性的特征；②艺术性的特征；③独创性的特征；④独创性的特征。

领会：①广告摄影语言的表现形式。

简单应用：①选取其中一种广告摄影语言创作一张广告摄影。

（四）广告摄影文案的写作方法

识记：①主题式文案的概念；②标题式文案的概念；③口号式文案的概念；④主标题和副标题的概念。

领会：①文案在广告摄影中的作用。

简单应用：①撰写一个符合品牌定位的广告文案。

综合应用：①将撰写的文案和拍摄的广告照片，通过绘图软件制作一张带有广告文案的广告摄影作品。

三、本章的重点和难点

本章重点：①明确客户需求；②创意构思与实现；③技术与设备的熟练掌握；④广告画面的创作特点；⑤广告摄影语言运用的四种特性。

本章难点：①广告摄影文案写作的原则。

第七章 摄影美学

一、学习目的与要求

通过本章学习，领会摄影与美学的概念；掌握摄影艺术审美的整体性把握；掌握世界摄影艺术的风格流派。

二、考核知识点与考核要求

（一）摄影与美学

识记：①如何提高对美的悟性；②掌握摄影艺术的特性；③如何提高审美品位。

领会：①摄影美学与广告摄影的关系。

（二）摄影艺术审美的整体性把握

识记：①摄影艺术审美直觉性的概念；②摄影艺术定向性的概念；③摄影艺术审美想象性的概念；④摄影艺术审美情感性的概念；⑤摄影纪实性的概念；⑥理智性概念的概念。

领会：①摄影艺术创作的整体思维根据思维的特殊性功能。

（三）世界摄影艺术的风格流派

识记：①绘画主义摄影；②印象派摄影；③写实主义摄影；④达达派摄影；⑤超现实主义摄影；⑥主观主义摄影。

领会：①自然主义摄影；②纯粹派摄影；③抽象派摄影。

简单应用：①选择其中一种摄影艺术流派创作一张广告摄影。

三、本章的重点和难点

本章重点：①摄影艺术审美的整体把握的五种特殊功能性；②摄影风格的定

义；③色彩与光影的运用。

本章难点：①学习美学对摄影工作者的意义；②十一种摄影流派的特性。

第八章 常见广告摄影题材的创作要点

一、学习目的与要求

通过本章学习，通过案例分析旅游类题材的拍摄要点；熟悉掌握食品、饮料、保健品类、商品与人物类家用电器类、交通类、饰品与化妆品类、建筑类、特殊效果摄影类的广告摄影拍摄和创作要点。

二、考核知识点与考核要求

（一）食品、饮料、保健品类

识记：①拍摄食品的要点；②拍摄食品的难度有哪些。

领会：①如何突显食品、饮料、保健品的色彩吸引力。

综合应用：①结合实际案例，掌握食品广告摄影的注意事项，如何通过摄影表现食品类的产品。

（二）商品与人物类

识记：①以人物为主的广告摄影需要注意事项；②以商品为主的广告摄影有哪些注意事项；③商品与人物类广告拍摄的因素。

领会：①在广告摄影中人物和商品之间的主次关系。

综合应用：①结合实际案例，分析以商品为主的广告摄影拍摄要点。

（三）家用电器类

识记：①广告摄影中如何对家用电器类进行用光设计。

领会：①广告摄影中光线对家用电器的气氛营造的作用。

综合应用：①结合实际案例，分析家用电器类广告摄影的布光技巧。

（四）交通类

识记：①拍摄交通类广告的光源和布光要求。

领会：①大型交通类物品的拍摄和小型交通类物品拍摄的区别。

综合应用：①结合实际案例，掌握交通类广告摄影的光源选择和布光技巧。

（五）饰品与化妆品类

识记：①透光体与反光体类饰品或者化妆品的拍摄注意事项；②拍摄饰品与化妆品类广告时的道具的如何选择。

领会：①广告摄影中道具对饰品与化妆品的画面氛围作用。

综合应用：①结合实际案例，掌握电器类广告摄影的用光技术难点。

（六）建筑类

识记：①拍摄建筑时如何进行视点选择；②如何选择拍摄建筑光线；③建筑夜景拍摄的注意事项有哪些。

领会：①如何避免建筑摄影的变形问题。

综合应用：①结合实际案例，分析建筑类广告摄影拍摄时的注意事项。

（七）旅游类（本节内容不作考核要求）

（八）特殊效果摄影

识记：①近距摄影；②滤色镜摄影；③翻拍摄影；④多次曝光。

领会：①特殊摄影效果在广告摄影中的作用。

三、本章的重点和难点

本章重点：①六种常见类别广告摄影的综合应用技巧。

本章难点：①结合具体案例，具体分析拍摄方案；②掌握不同类别广告摄影的布光技巧。

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，是考生学习教材、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

本课程使用教材为：《广告摄影教程》（第三版），王天平主编，复旦大学出版社，2019 年。

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。

五、应考指导

1. 如何学习

很好的计划和组织是你学习成功的法宝。如果你正在接受培训学习，一定要跟紧课程并完成作业。为了在考试中作出满意的回答，你必须对所学课程内容有很好的理解。使用“行动计划表”来监控你的学习进展。你阅读课本时可以做读书笔记。如有需要重点注意的内容，可以用彩笔来标注。如：红色代表重点；绿色代表需要深入研究的领域；黄色代表可以运用在工作之中。可以在空白处记录相关网站，文章。

2. 如何考试

卷面整洁非常重要。书写工整，段落与间距合理，卷面赏心悦目有助于教师评分，教师只能为他能看懂的内容打分。回答所提出的问题。要回答所问的问题，而不是回答你自己乐意回答的问题！避免超过问题的范围。

六、对社会助学的要求

1. 社会助学者应根据本大纲规定的课程内容和考核要求，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辅导，引导他们防止自学中可能出现的各种偏向，把握社会助学的正确导向。

2. 正确处理基础知识和应用能力的关系，努力引导考生将识记、领会与应用

联系起来，有条件的应适当组织考生开展科学研究实践，学会把基础知识和理论转化为应用能力，在全面辅导的基础上，着重培养和提高考生提出问题、分析问题和解决问题的能力。

3. 要正确处理重点和一般的关系。课程内容有重点与一般之分，但考试内容是全面的。社会助学者应指导考生全面系统地学习教材，掌握全部考试内容和考核知识点，在此基础上突出重点。总之，要把重点学习与兼顾一般相结合，防止孤立地抓重点，甚至猜题、押题。

七、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四个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。

八、关于考试命题的若干规定

1. 本课程的命题考试，应根据本大纲所规定的课程内容和考核要求来确定考试范围和考核要求，不能任意扩大或缩小考试范围，提高或降低考核要求。考试命题要覆盖到各章，并适当突出重点章节，体现本课程的内容重点。

2. 本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记部分占25%，领会部分占40%，简单应用部分占20%，综合应用部分占15%。

3. 本大纲各章所规定的课程内容、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、章节的重点，加大重点内容的覆盖度。

4. 命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题，考核要求不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核考生对基本概念、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运用。不应出与基本要求

不符的偏题或怪题。

5. 要合理安排试题的难易程度，试题的难度可分为：易、中和难三个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为 3:5:2。

必须注意试题的难易程度与能力层次有一定的联系，但二者不是等同的概念。在各个能力层次中对于不同的考生都存在着不同的难度。

6. 考试方式为闭卷、笔试，考试时间为 150 分钟。评分采用百分制，60 分为及格。考生只准携带 0.5 毫米黑色墨水的签字笔、铅笔、圆规、直尺、三角板、橡皮等必需的文具用品。不可携带计算器。

7. 本课程考试试卷中可能采用的题型有：单项选择题、填空题、名词解释题、简答题、论述题、案例分析题型等。

附录 题型举例

一、单项选择题

1. 1914 年，第一架小型机械相机诞生，取名为（ ）

A. 徕卡 B. 索尼 C. 尼康 D. 哈苏

参考答案：A

二、填空题

1. 在比较昏暗的光线下进行拍摄时，最好使用_____来稳定照相机。

参考答案：三脚架

三、名词解释题

1. JPEG 格式

参考答案：JPEG 格式，又称有损压缩格式。JPEG 格式压缩了人眼看不到的色彩，存储的数字图像占用空间小、文件量小，有利于数码照相机的快速连续拍摄。

四、简答题

1. 简述镜头的焦距与成像效果。

参考答案：

（1）焦距与视角成反比。焦距长，视角小；焦距短，视角大。

（2）焦距与景深成反比。焦距长，景深小；焦距短，景深大（景深是表示被摄主体前后的清晰范围）。

（3）焦距与透视成反比。焦距短，前后透视感大；焦距长，空间压缩，前后透视感小。

五、论述题

1. 试述以人物为主的广告摄影特征。

参考答案：

（1）以人物为主的摄影，大多是以树立品牌形象、企业形象为主的广告，一般以社会的知名人士或文化界、艺术界名人为主，借助于名人的效应取得观众的信任度。

（2）此类广告不但涉及企业的形象，还涉及名人的形象，在模特和产品的把握上要非常严格，人物的知名度要与商品和企业的知名度相吻合，缺一不可，否则会引起不必要的误解和副作用。

（3）另外，还应该在理清模特与商品内在的表现关系的基础上，来设计画面情节、画面寓意，在构图的章法上要打破常规、与众不同，在光线的布置方面则要做到神形兼备、神形兼美，尽量使画面有所呼应，提高商品的价值。

六、案例分析题

1. 某城市的一个高端别墅住宅项目需要拍摄一组广告摄影，以此起到营销的目的。你作为广告摄影师在拍摄这类建筑广告时应该注意哪些要点。

参考答案：

（1）视点的选择。要充分注意个体与整体的关系，既要主宾分明，又要突出重点。要找出建筑物的最佳表现视点，并注意环境与气候相呼应。

（2）注重稳定。建筑摄影中最关键的要素是通过线条的透视及照片上再现的水平线和垂直线来表现稳定效果。

（3）光线的选择。光线的运用决定建筑线条的提炼、块面的分割、影调的配置和立体感的构成。

结合案例分析。